

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Kerli Peterson

**REKREATIIVSETE TEENUSTE ARENDAMINE
MAATURISMIETTEVÕTTES
KÕVERI PUHKEKESKUS OÜ NÄITEL**

Juhendaja: Liis Juust

Lõputöö

Pärnu 2015

SISUKORD

| | |
|---|----|
| Sissejuhatus | 3 |
| 1. Rekreatsiooni mõiste ning rekreatiivsete teenuste arendamine maapiirkonnas | 6 |
| 1.1. Rekreatsiooni mõiste käsitletud ja liigitused | 6 |
| 1.2. Rekreatiivsete teenuste arendamine maaturismiettevõttes | 10 |
| 2. Uuring reisijate eelistuste kohta rekreatsiooniteenuste osas | 17 |
| 2.1. Ettevõtte situatsioonianalüüs ning uuringu eesmärk, meetod ja protsess | 17 |
| 2.2. Uuringu tulemused | 21 |
| 3. Järeldused ja ettepanekud Kõveri Puhkekeskus OÜ rekreatiivsete teenuste arendamiseks | 34 |
| Kokkuvõte | 38 |
| Viidatud allikad | 41 |
| Lisad | 45 |
| Lisa 1. Kõveri Puhkekeskus OÜ SWOT-analüüs | 45 |
| Lisa 2. Aktiivsete tegevuste teemaline küsimustik | 46 |
| Lisa 3. Kõveri Puhkekeskuse tegevuskava perioodiks 01.06.2015–01.06.2016 | 51 |
| Lisa 4. Kõveri Puhkekeskuse potentsiaalsed koostööpartnerid | 54 |
| Summary | 55 |

SISSEJUHATUS

Muutuvas turismisektoris on iga ettevõtte jaoks oluline turismiteenuste arendamine, kuna külastajate ootused ja vajadused muutuvad koos väliskeskkonnas toimuvate mikrotrendidega. Maailma Turismiorganisatsiooni (*the United Nations World Tourism Organization* ehk UNWTO) andmetel (UNWTO 2014: 7-8, 14) suurenes 2013. aastal Euroopas kõige enam Kesk- ja Ida-Euroopasse saabuvate turistide arv ja seda 7% võrra. Aastal 2013. oli Eesti külastajate number võrreldes 2012. aastaga kasvanud 4,5%, jõudes 2 868 000 külastajanumbrini ning tõi 2013. aastal sisse kasumit 1,393 miljoni USD eest. Aastaks 2020 prognoositakse nimetatud regiooni turistide arvu iga-aastast kasvu 4,4% võrra. Pidades silmas eelpool mainitud prognoose, saab taaskord aktuaalseks Eestis pakutavate turismitoodete ja -teenuste valiku mitmekesistumine.

UNWTO (2011: 12) prognoos perioodiks 2010-2030 kalkuleerib vaba aja (*leisure*) veetmise, rekreatsiooni (*recreation*) ja puhkusreiside (*holidays*) kasvu 510 miljonilt ligi 1 miljardini – see tähendaks kahekordset kasvu 20 aasta jooksul. Kahekordselt kasvaksid ka reisid pere ja sõprade külastamiseks, tervise, religiooni ning ärilistel põhjustel, jättes proportsioonid turismiliikide vahel samaks. Tõusvaks trendiks turismiturul on elamuste otsimine ja istuva loomuga töö (Ardito *et al.* 2012: 6). Euroopa Liidu liikmes- ja kandidaatriikide seas 2012. aastal läbi viidud uuringus tunnistas 23% töötajatest heaolu (*well-being*) madalat taset ning 6% depressiooni (*Ibid.*: 6). Heaolu, sh. füüsilist ja emotsionaalset rahulolu aitaks parandada aeg-ajalt rutiinist väljumine, mida võimaldavad rekreatiivsed tegevused.

Rekreatsiooni soodustavad ka 2011. aastal Eestis ja Soomes täheldatud sotsiaalkultuurilised mikrotrendid: ümberkorraldused perekonnamudelil, mõjuka naise rolli olulisuse kasv, mehe tasakaal töö ja pereelu vahel, õnnelikkuse kahanemine ja passiivse

vaba aja veetmise kasv (Kuosa *et al.* 2012: 134). Autor usub, et näiteks meeste puhul tasakaalu poole pürgimine töö ja pereelu vahel soodustaks nõudlust peredele kujundatud toodetele/teenuste suhtes. Õnnetunde kahanemine motiveeriks aga külastajaid otsima ja proovima uusi elamusi, vastandudes passiivse vaba aja veetmisele.

Rekreatsioon välitingimustes on USA puhul hea näide tõusvast turismivaldkonnast (American Society of... 2012: 2-4, 7, 10), tootes iga-aastaselt ettevõtetele kasumit 646 miljardi USD eest (sh. kulutused varustusele ja reisimisele). Rekreatsiooni müüginäitajad ületasid USAs 2012. aastal isegi kulutusi autode, nende osade ja kütuse ostuks, tootes ligi 80 miljardit USD kohalikku ja riiklikku maksutululu. Aastatel 2005-2011 kasvas tegevusvaldkond majanduskriisist hoolimata 5% igal aastal, olles stabiilne sissetulekuallikas. Rekreatiivsete teenuste arendamisel võib ideid koguda turismiharude niššidest, samal ajal arvestades ka looduskeskkonnast tulenevaid eeliseid ja piiranguid.

Eesti Riiklik Turismiarenduskava 2014-2020 näeb ette turismisektori ettevõtjate teenuste disainijuhtimise alast nõustamist uute turismiteenuste loomisel või olemasolevate arendamisel, eesmärgiga muuta teenused eristuvateks ning nende pakkumine efektiivsemaks. Ühe eesmärgina on nimetatud piirkondlike turismitoodete arendamist, mis motiveeriks rohkem sise- ja välituriste ööbima ning suurendaks turismitulu. Olulise tegevusena tuuakse välja olemasolevate turismitoodete ja -teenuste sidumist piirkondlikuks turismitooteks, mis moodustaks ühtse terviku ning järgiks külastaja teekonna põhimõtet. (Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium 2013: 21, 26-27). See hõlmab kohalike turismiettevõtjate omavahelist koostööd ja usaldust.

Kõveri Puhkekeskus OÜ jaoks on peaprobleemiks seni planeerimata teenuste arendamine, mille põhjuseks on potentsiaalse turu mittetundmine ning teadmiste vähesus turismiteenuste arendamise osas. Probleemile lahenduste otsimisel lähtutakse ettevõtte tegutsemispiirkonnast (maapiirkonnast) ning järgitakse senikujunenud suunitlust rekreatiivsete teenuste pakumise osas.

Käesoleva lõputöö teemaks on rekreatiivsete teenuste arendamine maaturismiettevõttes ning töös keskendutakse aktiivsete rekreatiivsete teenuste arendamisele välitingimustes. Lõputöö eesmärk on teooriale ja uuringu tulemustele tuginedes teha parendusettepanekuid maaturismiettevõttele Kõveri Puhkekeskus OÜ rekreatiivsete

teenuste arendamiseks. Uurimisküsimus on sõnastatud järgmiselt: „Millised on klientide eelistused rekreatiivsete teenuste valimisel?“ Uuringu tulemused võiksid saada rakendust Eesti maaturismiettevõtetes. Tööle on seatud järgmised ülesanded:

- anda ülevaade rekreatsiooni erinevatest teoreetilistest käsitlustest;
- selgitada teenuste arendamise eripära maaturismiettevõttes;
- uuringu ettevalmistamine ja läbiviimine küsitluse meetodil, et seeläbi välja selgitada külastajate eelistused ja ostuotsust mõjutavad tegurid rekreatiivsete teenuste osas;
- uuringu tulemuste analüüsimine;
- teooriale ja uuringu tulemustele tuginedes järelduste ja parendusettepanekute esitamine Kõveri Puhkekeskusele rekreatiivsete tegevuste arendamiseks.

Lõputöö koosneb kolmest peatükist, millest esimene ja teine peatükk jaotuvad mõlemad kaheks alapeatükiks. Esimene peatükk keskendub rekreatsiooni mõiste käsitlustele ja turismiteenuste arendamise eripärale maapiirkonnas, teine peatükk kajastab ettevõtte situatsioonianalüüsi, uuringu protsessi ja tulemusi ning kolmandas peatükk sisaldab uuringutulemustest tehtud järeldusi ja parendusettepanekud Kõveri Puhkekeskusele rekreatiivsete teenuste arendamiseks. Lõputööl on neli autori poolt koostatud lisa: „Kõveri Puhkekeskus OÜ SWOT-analüüs“, „Aktiivsete tegevuste teemaline küsimustik“, „Kõveri Puhkekeskuse tegevuskava perioodiks 01.06.2015-01.06.2016“ ja „Kõveri Puhkekeskuse potentsiaalsed koostööpartnerid“.

Teoorias rekreatsiooni mõiste ja liigituste kirjeldamisel kasutatakse peamiselt kolme selle valdkonna autori teoseid: George Torkildsen, Richard Kraus ja Simon Bell. Lisaks nimetatuile tuuakse välja ka järgmiste autorite seisukohad: Jensen, Butler, Neumeyer ja Neumeyer, Hutchinson, Meyer ja Brightbill ning Gray ja Pelegirino. Lisaks raamatutele ja artiklikogumitele kasutatakse lõputöös teadusartikleid, varasemate uuringute tulemusi, strateegiaid, arengukavasid ja aastaraporteid ning ettevõtete ja organisatsioonide veebilehti. Autor tugineb enda uuringu koostamisel suurel määral 2012. aasta Maaturismi uuringule ning kasutatakse küsitluse meetodit ja sihipärast valimit.

1. REKREATSIOONI MÕISTE NING REKREATIIVSETE TEENUSTE ARENDAMINE MAAPIIRKONNAS

1.1. Rekreatsiooni mõiste käsitleused ja liigitused

Rekreatsioonikorralduse eriala on turismivaldkonnas võrdlemisi uus, kuid rekreatsiooni mõiste on kasutusel pikemat aega. Käesolev alapeatükk tutvustab rekreatsiooni mõiste teoreetilisi käsitleusi ning võrdleb mitmete selle valdkonna autorite seisukohti. Samuti tuuakse välja mõned rekreatsiooni liigitused ning määratletakse, millistele käsitlelustele ja liigitustele antud töös keskendutakse.

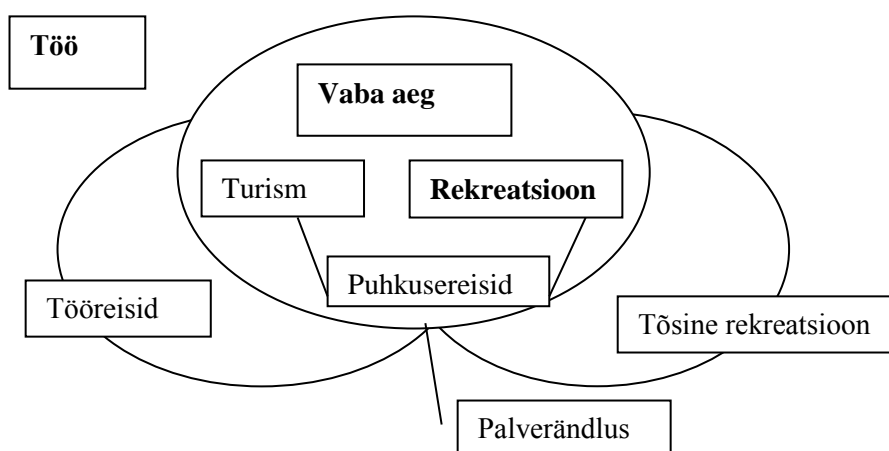
Sõna „rekreatsioon“ (ingl. k. „*recreation*“) tuleneb ladina keelsest sõnast „*recreatio*“, mis tähendab tervise taastamist (*restoration to health*) või värskendamist. Algse teooria kohaselt peetakse silmas rekreatsiooni kui indiviidikeskset tegevust, mille eesmärk on taastada tema töövõime. Leidub teooriaid, mis lisavad eelpool nimetatutele ka sotsiaalse aspekti. Osad teooriad käsitlevad rekreatsiooni mänguna, teised aga ei samasta neid teineteisega. Valdavalt nõustutakse Sotsioloogiasõnastiku („*Dictionary of Sociology*“) definitsiooniga, kus rekreatsioon on vabatahtlik ja meeldiv tasuta tegevus, mida sooritatakse oma vaba ajal (*leisure time*) (McLean, Hurd 2015: 17; Torkildsen 2005: 52). Sageli samastatakse ekslikult ingliskeelseid mõisteid „*recreation*“ (rekreatsioon) ja „*leisure*“ (vaba aeg, jõudeaeg). Mõiste all „*leisure*“ ehk vaba aeg mõeldakse tööst ja kohustustest vaba aega, et valida ja osaleda isiklikult rahuldustpakkuvates tegevustes või kogemustes (Hall, Page 2014: 7; Plummer 2009: 14).

Sarnaselt paljudega, käsitlevad ka Neumeyer ja Neumeyer (Torkildsen 2005: 52) rekreatsiooni vabal ajal tasuta harrastavate meeldivate tegevustena, millel on kohene mõju. Hutchinson (Torkildsen 1999: 50) seostab rekreatsiooni sotsiaalse aspektiga

lisades, et tulemuseks on kohene sisemine rahulolutunne. Romney (Torkildsen 1999: 50) usub, et rekreatsioon põhineb rohkem emotsioonidel (*emotions*) kui liikumisel (*motions*) ning tegemist on psühholoogilise reaktsiooniga, hoiaku ja eluviisiga.

Avedon, Gray ja Greben seostavad rekreatsiooni heaolutundega (*well-being*). Meyer ja Brightbill vaatlevad rekreatsiooni sotsiaalsest aspektist, kasutades järgmisi fraase: sotsialiseerumine, naudingule motiveeritus, heaolutunne (*well-being*), pühendumus, eesmärgipärasus kasvamine ja tasakaalustatud konkureerimine. Ka Butler rõhutab terviklikku kogemust ja otsest isiklikku rahulolutunnet. Gray ja Pelegrino keskenduvad oma käsitluses indiviidi eneseteostusele, hõlmates meisterlikkuse ja elevuse tunnet, püstitatud eesmärkide saavutamist, edukust, tunnustust, eneseväärikust ja positiivset enesekuvandit. (Torkildsen 2005: 53, 56, 59-60) Eesmärgipärasust ja sihikindlust tähtsustab ka Jensen (1995, viidatud Plummer 2009: 18 vahendusel), rõhutades terviklikkust ning kasulikkust nii indiviidile kui ka ühiskonnale laiemalt (Torkildsen 2005: 53).

Töövõime taastamisena sõnastab rekreatsiooni ka Kraus (McLean, Hurd 2015: 17-18), lisades käsitlusele tööst kõrvale juhtimise ja meelelahutuslikku aspekti. Samas kui inimene ei tööta, muudab rekreatsioon nende elu tähendusrikkamaks (nt. pensionipõlves). Kraus usub töö ja rekreatsiooni terviklikku käsitlusse, kus mõlemad võivad olla meeldivad, rahuldustpakkuvad ja loovad tegevused ning tähendada isiklikku sügavat pühendumust. Joonis 1 visualiseerib Hall'i ja Page'i (2014: 9) tõlgendust rekreatsiooni, vaba aja ja töö vahelisest seotusest.



Joonis 1. Rekreatsiooni, vaba aja ja töö vahelised seosed (allikas: Hall, Page 2014: 9)

Traditsiooniliste teooriate kohaselt on rekreatsiooni ajenditeks pigem indiviidi sisemine motivatsioon ja soov saavutada isiklik rahulolu, kui välised eesmärgid ja autasud. Motivatsioonitegurid võivad olla nii füüsilised, sotsiaalsed kui ka intellektuaalsed. Enamik teoreetikuid nõustub või aktsepteerib rekreatsiooni käsitlemist kui vabatahtliku osalusega meeldivat tegevusena, mille eesmärgiks võib olla isiklik kogemus või sotsiaalselt koosveedetud aeg ning millel on positiivne mõju indiviidile või kogukonnale laiemalt. (Torkildsen 2005: 52-53)

Bell (2008: 1, 5) on arvamusel, et rekreatsiooni mõistet kasutatakse peamiselt kodust mitte kaugel sooritatavate tegevuste puhul, mis on pigem osa igapäevasest rutiinist, samal ajal kui loodusturism (*nature tourism*) on tegevustega puhkuse vorm, mis hõlmab kodust eemalolekut. Bell'i meelest on mõned põhjused rekreatsiooni harrastamiseks välitingimustes (*outdoor recreation*) kogeda mõnda järgnevast loetelust: värske õhk, linna elust põhjustatud stressist vabanemine, koeraga jalutamine, füüsiline koormus, pere ja sõpradega aja veetmine, jahipidamine, kalastamine, vaadete nautimine, loodusega lähedasemaks saamine. See nimekiri pole täielik ning tavaliselt on tegemist mitme põhjuse kombinatsiooniga, millega kaasneb tunne, et „ollakse sellest kõigest eemal“, mida käesoleva lõputöö autor tõlgendab kui rutiinist vabanemisega kaasnevat emotsiooni. Looduskeskkonna positiivne mõju avaldub lisaks inimese füüsilisele ka vaimset tervist taastavas mõjus.

Kraus liigitab rekreatsioonikäsitlelused kolme laia kategooriasse (McLean, Hurd: 2015: 18), millest esimese kahega on nõus enamik teoreetikuid:

- Rekreatsioon kui kindlatel tingimustel või motiveerivatel teguritel toimuv tegevus;
- Rekreatsioon kui protsess või konkreetne seisund, mida ootusi omav harrastaja konkreetsele tegevusele pühendudes kogeb;
- Rekreatsioon kui sotsiaalne institutsioon, teadmiste kogu või teadusharu.

Rekreatsiooni puhul võib eristada aktiivset (nt. spordiala harrastamine) rekreatsiooni passiivsest (nt. lugemine, televiisori vaatamine) ning kodus sooritatavaid tegevusi (*home-based*) kodust eemal harrastatavatest (*away from home*) tegevustest. Rekreatiivsete tegevuste nimikiri oleks väga pikk ning tõenäoliselt poleks see täielik, kuid siinkohal mõned näited: meelelahutusprogrammide nautimine (teater, kontserdid, kunstinäitused, muuseumid), (botaanika)aedade, parkide, teemaparkide,

kämpingukeskuste (*campsite*) või spordikeskuste külastamine ning välitingimustes harrastatavad liikuvad tegevused nagu jalutamine, jalgrattaga sõitmine, jmt. (McLean, Hurd 2015: 118, 237)

Rekreatsiooni mõned liigitused on (Bell 2008: 1; McLean, Hurd 2015: 188, 237; Torkildsen 2005: 52):

- Rekreatsioon sise- või välitingimustes;
- Aktiivne või passiivne rekreatsioon;
- Individuaalselt või kollektiivselt harrastatavad rekreatiivsed tegevused;
- Toimumispaiga järgi (kodus või kodust eemal ehk *home-based* vs *away from home*);
- Eesmärgi järgi (füüsiline vorm, stressi vähendamine, värskes õhus viibimine, sõprade ja/või lemmiklooma(de)ga aja veetmine, jne.).

Käesolevas lõputöös käsitleb autor rekreatsiooni kui vabatahtliku ja töövõimet taastava ning Hutchinson'i poolt rõhutatud kohese mõjuga tegevusena. Samuti vaadeldakse rekreatsiooni antud töös kui sihikindlat ja eesmärgipärast tegevust, nagu seda kirjeldas Jensen. Vastavalt Kraus'i (McLean, Hurd 2015: 18) kolmele kategooriale, kasutatakse antud töös rekreatsiooni käsitlemist tegevusena (kindlatel tingimustel ja motiveerivatel teguritel) ja harrastaja poolt kogetava protsessina. Lisaks usub autor Kraus'i teooriat sellest, et nii rekreatsioon kui ka töö võivad olla rahuldustpakkuvad, meeldivad ning pälvida indiviidi pühendumust.

Antud lõputöös keskendutakse aktiivsete rekreatiivsete teenuste arendamisele välitingimustes (*outdoor recreation*) ning maapiirkonnas. Käesolev alapeatükk andis kokkuvõtva ülevaate rekreatsiooni mõiste erinevatest teoreetilistest käsitlestest ja valdkonna liigitustest. Järgmises alapeatükis keskendutakse rekreatiivsete teenuste arendamise eripäradele maaturismiettevõttes ning valdkonda puudutavatele trendidele maailmas.

1.2. Rekreatiivsete teenuste arendamine maaturismiettevõttes

Maailmas toimuvad globaalsed muutused ja mikrotrendid mõjutavad kõiki majandusvaldkondi, sh. turismimajandust. Globaalselt mõjutavad turismisektorit kõige enam jätkuv linnastumine, vananev populatsioon ja ülekaalulisus. Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon (*the Organization for Economic Co-operation and Development* ehk OECD) 2012. aasta andmetel elab liikmesriikide elanikkonnast ligikaudu üks neljandik maapiirkonnas, teine neljandik metropolides ning umbes pool elab linnades. Vanemaelise elanikkonna osakaal rahvaarvust on ajaperioodil 1995-2012 kasvanud kolmekordselt, moodustades 15% osakaalu OECD riikide keskmisest rahvaarvust. Ülekaaluliste inimeste osakaal rahvastikus on kasvanud 53%-ni. (OECD 2014: 20-23, 246)

Nimetatud tegureid – linnastumine, elanikkonna vananemine ja ülekaalulisus – võib vaadelda küll rekreatsiooniteenuste tarbimist pärssivate faktoritena, kuid nendega kaasnevad ka omad võimalused, näiteks maaturismi kasvuvõimalus ning tervislikku eluviisi propageerivaid ja vanemaelistele suunatud toodete/teenuste arendamine. Puhkusereisil viibimine ei pruugi välistada tervislikke eluviisi – pigem vastupidi. Kohustusterohke ja kiire elustiil on stressirohke, kuid sisemise tasakaalu saavutamist võib soodustada vaimse ja füüsilise koormuse tasakaalustamine. Näiteks peavad Eesti jooga teenusepakkujad heaks ideeks joogatalu rajamist, et seal teemakohaseid laagreid korraldada (Toode 2014: 35).

Muutustena tööhõives saab välja tuua osaajaga töötamise kasvamise OECD riikide seas keskmisele 16,9%-le (OECD 2014: 132, 136-139, 142), kuid siinkohal on erinevused riikide vahel suuremad, moodustades keskmiseks varieeruvuseks 5%. Samuti on töötundide arv vähenenud keskmiselt 1,5 tunni võrra nädalas (arvestatud 45 töönädalaga aastas). Samas on langenud endale tööandjaks olemise osakaal 15,8%-ni (2011. aasta seisuga). Loetletud muutuste puhul soosib turismimajandust inimeste vaba aja suurenemine (osa-ajaga töötamine ja töötundide vähenemine). Iseendale tööandjaks olemise eeliseks võib arvata paindlikuma töögraafiku, kuid puuduseks on töökohustuste rohkusest tingitud piiratud vaba aeg.

Massachusetts'i osariigi Franklin'i maakonna näitel tuuakse maaturismi eelistena välja kohaliku majanduse elavdamist ning võõrkapitalil põhinevate investeeringute ligimeelitamist, mis toob kasu nii rekreatsiooni valdkonnale kui ka turismisektorile laiemalt. Samuti soodustaks see teiste majandusharude toetust turismimajandusele. Laiemalt vaadeldes aitab kohaliku omavalitsuse kontole laekuv maksutulu parendada kohalikele pakutavate teenuste kvaliteeti. Pole aga eeliseid ilma puudusteta. Puudused jaguvad peamiselt looduskeskkonnast ja kohalikust kogukonnast lähtuvateks: looduslik erosioon, ülekoormatus, saastatus, kohalike ettevõtjate kõrvaletõrjutus suurte ettevõttekettide poolt, elamiskulude ja maa omamisega kaasnevate kulude tõus, kohalike suhtumine planeerimata arendustöösse, jne. Samuti võib kohalike meelsust negatiivselt mõjutada ettevõtete personalipoliitika, mis hooajalisuse, madalama palgataseme ja nõudmiste tõttu haridustaseme osas soodustab välistööjõu palkamist, mis ei too kohalikele oodatud tasemel tuntavat otsest majanduslikku kasu. (Larose 2011: 1)

Kirde-USA Maine'i osariigis läbi viidud uuringust maapiirkonna turismipotentsiaali ja majandusarengualaste investeeringute seoste osas jõeldub, et sihtkoha regionaalne turismialane planeerimine on arenenud, kuid kohalike ettevõtete osalus selles võiks olla suurem. Mainitud uuringu analüüs tugineb suurel määral intervjuudel aktsionäride ja turismisektori võtmeisikutega. Maapiirkonnas turismi arendamisel on soodustavateks teguriteks eri sektorite – avalik, era- ja mittetulundussektor – vaheline kannatlik, visa ja pikaajalise sihiga koostöö. Autor oli arvamusel, et turismisektori kasvu silmas pidades tuleb müüa eksperimenteerivatele turistidele (*experimental tourists*) terviklikku paketti, mis koosneks välirekreatsioonist, kõrgtasemelisest majutusteenusest ja sisseostude tegemise võimalustest. Samuti on oluline teha väikeettevõtete jaoks teavitustööd ning koolitada eesliini töötajaid. (Vail 2010: 8, 10-12) Need kitsaskohad pole omased ainult Maine'i osariigi maaturismiettevõtetele, vaid maaturismis laiemalt. Kohaliku turismisektori majanduslikule arengule aitab kaasa sealsete ressursside kasutamine (sh. toor- ja toiduained, teenusepakkujad ja tööjõud). Üha enam on hakatud mõistma ka koostöö olulisust ettevõtete ja organisatsioonide vahel, eelkõige väiksemates piirkondades. Eduka koostöö aluseks on aga vastastikune usaldus ning kollektiivsete eesmärkide ühine püstitamine ja üheselt mõistetav tõlgendamine.

Eestis 2012. aastal läbiviidud Maaturismi uuring (Hillep *et al.* 2012: 40, 51, 53) näitas, et siseturistid peavad maaturismiettevõtteid külastades olulisemateks hinda, teenuse kvaliteeti ja asukohta, aga ka aktiivseid tegevusi ning veekogu ja matkaraja olemasolu ja/või selle lähedust. Puhkusereisi pikkuse osas eelistati toona 2-3-päevast reisi ning seejärel kuni nädalast puhkust. Maksevalmidus on suurim majutusteenuse osas ning erisused toitlustuse ja aktiivse puhkuse osas olid pigem väikesed.

Kahe maapiirkonna turismiettevõtete seas 2009. aastal läbi viidud uuringus kõrvutati sihtkohtadena Soomet ja Tyrol'i (Austrias). Uuringust avaldus, et erineva motivatsiooniga (tõuketegurid) turistid eelistavad erinevaid atribuute sihtkohas (tõmbetegurid). Eriti märgatavalt erinesid ainulaadse elamuse otsijate ning mugavust ja lõõgastust soovivate külastajate eelistused. Lõõgastust seostati mõlemas sihtkohas pere- ja looduskesksete tegevustega, kuid lisaks nendele soovisid Tyrol'i külastajad ka organiseeritud puhkust (ühapäevaseid reise ja reisipakette). (Pesonen *et al* 2011: 32, 47) Potentsiaalsete külastajate motivatsiooni ja eelistuste tundmine aitab maamajutusettevõttel määratleda enda jaoks olulised sihtrühmad, kelle huvidest lähtudes teenuseid arendada.

Teenuse disaini, kui ka disaini laialdasemalt, käsitletakse sageli kui probleemidele lahenduste leidmist. Teenuste arendamisel on tegemist konkreetsete lahenduste visualiseerimisega, eesmärgiks täita konkreetset sihtrühma vajadused. Eesmärgile orienteeritud teenusedisaini protsess on järgmine (Goodwin 2009: 3, 10-12):

1. Projekti planeerimine – identifitseeritakse peamised osanikud, nende ootused ja panus projekti ning koostatakse projekti mustand; probleem pole veel täpselt sõnastatud;
2. Uuring – probleemi mõistmine ja sõnastamine; osanike intervjuerimine mõistmaks ettevõtte üldisi eesmärke, tehnilisi parameetreid, riske ja eeldusi;
3. Modelleerimine – trendide identifitseerimine ja mudelite arendamine; esmaoluline on mudelleerida tüüpkliendid, võttes arvesse nende käitumismaneerid ja eesmärgid; sarnaselt võib mudelleerida teisi olulisi aspekte nagu töökorraldus või keskkonna kasutamine;

4. Vajaduste defineerimine – eelnevale tuginedes koostatakse loetelu kliendi vajadustest ja äriolistest eesmärkidest; lõpptulemuseks peaks saavutatama konsensus arendamise fookuse ja parameetrite osas;
5. Raamistiku defineerimine – peale persoonide ja nende jaoks oluliste arenduslike saavutuste kindlaksmääramist luuakse persoonidele ja situatsioonidele tuginev raamistik toote/teenuse vormi ja käitumise osas; lisandub eri lahenduste täheldamine; raamistikku võib analüüsida kolmel eri moel: interaktiivne (kuidas funktsionaalgruppide persoonid kriitiliste ülesannetega hakkama saavad), visuaalne (brändi kvaliteet kindlatel tingimustel, tavapäraselt on fookuses disainikeel) ja industriaalne disaini raamistik (arhitektuur, füüsiline brändi väljendamine);
6. Detailne disain – koostatakse detailsed situatsioonikirjeldused; kaasatakse konsultatsiooniks vastava valdkonna eksperdid; testitakse toote/teenuse kasutatavust; lisanduvad disainimise printsiibid ja –hindamine;
7. Ellurakendamise tugi – inseneride kaasamine (nt. digitaalsete toodete puhul), kes teevad disaini- ja arendamisotsuseid ka ettevõtja eemaloleku ajal.

Pärast kliendi vajaduste defineerimise etappi on võimalik määratleda sihtrühmad, kellele oma teenuseid arendada. Selles protsessis on võimalik rakendada erinevaid segmentimise taktikaid. Üheks üldisemaks meetodiks on VALS (*Values and Lifestyles*) raamistik, mida võib kohandada indiviidi, grupi kui ka ühiskonna vaatlemiseks, aga ka kindlale tootele või valdkonnale (nagu turismimajandus). VALS raamistikku võib rakendada kahel meetodil: vaadeldes tarbitavaid tooteid või vaadeldes indiviidi tegevusi, huvisid, arvamusi ja väärtusi (AIO meetod). Praktikas kasutatakse rohkem teist, AIO meetodit. (Thyne, Laws 2010: 123, 125-126) Autor soovib Kõveri Puhkekeskusel defineerida valitavad sihtrühmad, tuginedes VALS raamistiku AIO meetodile.

Arendustegevuse planeerimise alguses tuleks analüüsida olemasoleva või loodava toote/teenuse eeliseid ja puuduseid, misjärel saab sõnastada toote/teenuse visiooni, eesmärgid ning nende täitmiseks vastavad sihid ja vajaminevad ressursid (sh. inimressursid). Järgnevas etapis on detailne projektide, programmide ja tegevuste väljatöötamine ning need tuleks järjestada olulisuse alusel, alustades tähtsamast. (George *et al.* 2009: 223)

Nagu eelnevalt välja toodud, hõlmab teenuste arendamise protsess kliendi vajaduste defineerimist. Vajadused on aluseks kliendi reisimotivatsiooni kujunemisele. Motivatsiooni käsitletakse tajutud vajaduse ja seisundina, mis on liikumapanevaks jõuks suhtumise kujunemisel konkreetse tegevuse suhtes ning kujundades eelistusi (Wong *et al.* 2013: 171).

Motivatsioone võib jagada üldistavalt nelja suuremasse kategooriasse (Kozak, Decrop 2009: 85):

- Intellektuaalne motivatsioon (*intellectual motivation*) – eesmärgiks olla vaimselt aktiivsed, nt. õppida, avastada, mõelda või kujutleda;
- Sotsiaalne motivatsioon (*social motivation*) – eesmärgiks tunda end sotsiaalselt aktiivsena, näiteks vajatakse sõprust, inimeste vahelist suhtlust või tõsta teiste enesetunnet;
- Kompetentsi omandamine (*competence-mastery*) – eesmärgiks saavutused, eneseareng, väljakutsed või võistlemine; tavaliselt on tegemist füüsiliste tegevustega looduses;
- Impulsside vältimine (*stimulus-avoidance*) – eesmärgiks saada eemale üleliigseid impulsse tekitavatest situatsioonidest, rahu leidmine, lõõgastumine või mõnel juhul isegi sotsiaalse kontakti vältimine ja üksiolek.

Turismiettevõtjal tuleks analüüsida, millistele aspektidele oma teenuste arendamisel panustatakse. Lähtuda tuleks klientide huvidest ja enda võimalustest: millised külastaja motivatsioonid ja ootused on võimalik rahuldada ning ehk ka ootuseid ületada. Sihiks võib seada ka mõned ülalnimetatud motivatsiooni kategooriad, kuid tuleb silmas pidada, et eri ootustega kliendid ei segaks teineteist – näiteks sotsiaalse vs. impulsside vältimise motivatsiooniga külastajate rahulolu võivad mõnedel juhtudel minna teineteisega vastuollu.

Teenuste arendamisel tuleb paratamatult arvestada tegutsemispiirkonnaga. Käesolevas töös keskendutakse teenuste arendamisele maapiirkonnas. Maaturismi (*rural tourism*) all mõeldakse maapiirkonnas toimuvat turismimajandustegevust, millele on omane vahetu kontakt looduskeskonna ja kultuuripärandiga, kogemusele orienteeritus ning kohalikule kogukonnale majandusliku ja sotsiaalse kasu toomine. UNWTO hinnangul

kuuluvad maaturismi alla ka näiteks spordi- ja tervise- ning seiklusturism (Aref, Gill 2009: 68-69)

Rekreatsiooni arendamisel maapiirkonnas, nagu igal teisel valdkonnal, on omad eelised ja puudused. Looduslik asukoht ja infrastruktuuri seisukord võivad olla nii tõmbe- (*pull factor*) kui tõuketeguriteks (*push factor*). Näiteks mitte-linnalik asukoht võib ligi meelitada potentsiaalseid kliente, kuid liiga kaugel asukoht ja/või kehv infrastruktuur võivad teisalt külastussoovi pärssida. Maapiirkonnas paiknevate sihtkohtade puhul on hea, kui külastajal on võimalik kiirteelt või suuremalt maanteelt välja sõites n.-ö. „ümber lülituda“ enne, kui sihtpunkti kohale jõutakse. Sissepääs peaks lisaks looduskaunidusele olema ka auto juhtimise seisukohalt turvaline: kaugelt nähtav ja turvalise ärapöördega. (Bell 2008: 31)

Oluline on selge ja üheselt mõistetav viidasüsteem ning seda nii sihtkohta jõudmisel kui ka seal viibides. Viitadel võiks tekstide asemel eelistada sümboleid, pilte jt. visuaalseid vahendeid ning sõnum peab olema lühike ja arusaadav. Esimesel n.-ö. „vastuvõtval“ sildil ei tohiks keskenduda keeldudele, pigem võiks sümboolite abil kajastada võimalusi. Tavapärast on esmasteks otsitavateks kohtadeks tualettruumid, järgmisena kohakaart ja/või infovoldik või informatsiooni jagav isik ning seejärel piknikuala või söömisvõimalused. Veel on oluline prügikastide leitavus ning vajadusel info prügi sorteerimise kohta. (Bell 2008: 31-32, 36, 46)

Välitegevuste planeerimisel ja arendamisel tuleb lähtuda looduskeskkonna võimalustest, võttes arvesse ka sealsest keskkonnast tulenevaid piiranguid, sh. keskkonna kaitsmiseks kehtestatud regulatsioonidest. Eesti Looduskaitseadusest (2004: §14, §15, §45, §50) võivad olla mõned maaturismiettevõtjate tegevustele rakenduvad kitsendused järgmised: piirangud üld- ja detailplaneeringutele, uue veekogu rajamisele, liikumisele, raietööde läbiviimisele, jahipidamisele ja kalastamisele. Euroopa Liidu tasandil on loodusressursside strateegilises plaanis („Natural Resources Policy“) tähelepanu all ressursside säästlikum kasutamine ning taaskasutamine hoonete ehitamisel (Fedrigo-Fazio 2011: 6, 8-9). Ideaalis peaks ettevõtja olema nendega kursis äritegevust alustades, kuid ka hilisemas tegevuses võib ette tulla muutusi seadusandluses või ettevõtte sihtides teenuste arendamisel.

Pidades silmas rekreatiivsete teenuste jätkusuutlikku pakkumist välitingimustes on oluline, et ettevõtjad ja külastajad mõistaksid enda tegevuste järelmõjusid looduskeskkonnale. Inimtegevuse suuremad ja väiksemad mõjud loodusele avalduvad erinevatel viisidel: matkaradade sissekäimine, prügi maha jätmine, lõkete tegemine, elusolendite igapäevaelu häirimine – mis halvimal juhul võib tekitada tõsisemaid tagajärgi. Mõju ulatus sõltub konkreetsest looduskeskkonnast, näiteks maastikust või elusolendite tundlikkusest, mis sõltuvad ökoloogilisest kandevõimest. Bell on veendunud, et rekreatsiooni arendamisel välitingimustes tuleks hoiduda kunstlikest imitatsioonidest ning säilitada ja peegeldada sealsele keskkonnale omaseid jooni. (Bell 2008: 2, 16, 26) Maaturismiettevõtja jaoks on ettevõtte alustamise faasis oluline määratleda plaanitav optimaalne külastajate arv – pidades silmas ettevõtja ning looduskeskkonna võimekust – ja sellest kinni pidada.

Lisaks eelpool mainituile tuleks keskenduda lõkkeplatside rajamisel või kontrollimisel nende ohutusele ning planeerida ja realiseerida jäätmekäitlemine. Looduses tehtavad matkad tuleks sooritada väikestes rühmades ning loodust ja loomastikku tuleks jälgida eemalt – see kehtib ka kaasavõetud lemmikloomadele (nt. koerad), kelle kontrollimine ja jälgimine on nende omanike kohustus. Samuti ei tohi metsloomade ellu muul moel sekkuda (nt. neid toites) ning ümberkaudsed avastused ja kultuuripärandi alla kuuluvad leiud tuleb säilitada originaalsetena. (Plummer 2009: 343-344)

Rekreatsiooni harrastamine sisetingimustes (*indoor recreation*) on muutuva ilmastikuga parasvöötmes vajalik lisavariant, pakkudes täiendust välitegevustele. Käesoleva töö autor keskendub küll välistegevuste arendamisele, kuid ei käsitle sise- ja välistegevusi rekreatsiooni valdkonnas konkurentidena – pigem on need teineteist täiendavad võimalused. Siiski tuleb ka rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks sisetingimustes arvestada selleks vajalike ehitiste planeerimisel looduskeskkonna ja selle kandevõimega.

Käesoleva lõputöö esimene peatükk kirjeldas rekreatsiooni erinevaid käsitlusi, teenuste arendamise eripärasid maaturismi kontseptsioonis ning valdkonda mõjutavaid trende maailmas. Järgnev peatükk sisaldab maaturismiettevõtte Kõveri Puhkekeskus OÜ situatsioonianalüüsi. Samuti kirjeldatakse teises peatükis lõputöö raames läbiviidud uuringu metoodikat, saadud tulemusi ning nendest tehtud järeldusi ja parendusettepanekuid nimetatud ettevõttele.

2. UURING REISIJATE EELISTUSTE KOHTA REKREATSIOONITEENUSTE OSAS

2.1. Ettevõtte situatsioonianalüüs ning uuringu eesmärk, meetod ja protsess

Hetkeolukorrast ülevaate saamiseks koostas käesoleva töö autor Kõveri Puhkekeskus OÜ situatsioonianalüüsi SWOT-analüüsi maatriksina, mis kajastab ettevõtte teenuste arendamist mõjutavaid sisetegureid (tugevused ja nõrkused) ning välitegureid (võimalused ja ohud). SWOT-analüüsi maatriksiga saab tutvuda lisas 1.

2015. aasta maikuu seisuga on Kõveri Puhkekeskuses võimalik harrastada järgmisi rekreatiivseid ja meelelahutuslikke tegevusi: vibulaskmine, korvpall, võrkpall, sulgpall, *paintball*, loodusliku matkaraja läbimine, jalutamine, kontsertidel osalemine ja väiksemate ürituste korraldamine (väikesel laululaval) ja ujumine. Isikliku ratta olemasolul on võimalik harrastada jalgrattasõitu ümberkaudsetel kruusateedel. Lisaks on võimalik kasutada sauna ja väligrilli. Laste jaoks on olemas liivakast ning plaanis on ehitada ka mänguväljak. (Kõveri Puhkekeskuse veebileht 2015)

Kõveri Puhkekeskuses on voodikohti maksimaalselt 36 külastajale ning telkida saab puhkekeskuse rohealadel. Sündmusi on välitingimustes võimalik korraldada kuni 1000 inimesele, sisetingimustes aga 15-20 inimesele. Ettevõtte plaanib ehitada viie aasta jooksul (hiljemalt aastaks 2019) kuni 150 külastajat mahutava Suure Maja. (Ellam 2014). Kõveri Puhkekeskuse praegusteks koostööpartneriteks on *paintball*'i teenust pakkuv NastyDog Entertainment OÜ, toitude teenust pakkuv Hea Maitse Meeskond ja *catering*-teenust pakkuv Event Catering. Kõveri Puhkekeskus on esindatud järgmistel

veebilehtedel: koduleht (<http://www.koveri.ee>), Facebooki'i leht (<http://www.facebook.com/KoveriPuhkekeskus/>), turismiportaali Puhka Eestis (<http://www.puhkaeestis.ee>) ja broneerimissüsteem Booking (<http://www.booking.com>).

Kõveri Puhkekeskuse tugevateks külgedeks on omakapitali ja loodusressursside (maa ja mets) olemasolu ning puhkekeskuse perenaise projektikirjutamise alased teadmised ja oskused. Omakapitali olemasolu jäeldub sellest, et ettevõtte on tegutsenud viimastel aastatel kahjumis, kuid sellest hoolimata on suudetud pankrotistumist vältida (Ellam 2014). Kuigi ettevõtte omanikul ja puhkekeskuse perenaisel puuduvad turismialased teadmised, on ettevõttele kasuks perenaise projektikirjutamise alased teadmised ja oskused, et taotleda turismiettevõtete ette nähtud toetusi uute EAS taotlusvoorude avamise korral.

Ettevõtte nõrkusteks on lisaks puhkekeskuse omaniku ja perenaise turismialaste teadmiste puudumisele ka ettevõtte väike personal, potentsiaalse turu vähene tundmine, puudulik arendustegevus teenuste osas ja sihtrühmade määratlematus. Sihtrühmade määratlematus ning ettevõtte üldise missiooni ja visiooni puudumise on taaskord põhjustanud turismialaste teadmiste puudumine. Hetkel töötab Kõveri Puhkekeskuses täiskohaga vaid perenaine, kes tunnistab, et kõrghooajaks on vaja palgata abiline (Ellam 2014). Kuna piirkonnas napib kvalifitseeritud tööjõudu, siis pole võimalik kohaliku tööjõu palkamine.

Autor peab Kõveri Puhkekeskuse võimalusteks rekreatiivsete teenuste arendamist soosivat tegutsemiskeskkonda, piirkonna (maakond ja/või vald) arenemist turismisihtkohana ning turismiettevõtete, erialaliitude ja turismiharidust pakkuvate õppeasutuste (sh. kõrgkoolid ja kutseõppeasutused) huvi koostöö tegemise osas. Puhkekeskus asub geograafiliselt võrdlemisi soodsas kohas: Valga-Uulu maanteest nelja kilomeetri kaugusel (Google Maps 2015), hõlmates piisavalt roheala, veekogu, metsa ja lähedal asuvat matkarada. Ümberringi on kaks eramut (sh. perenaise kodu) (Ellam 2014), seega on kohalike elanike kodurahu häirimine minimaalne. Lähedal asuv matkarada pakub võimalusi erinevate huvidega matkade ja orienteerumismängude korraldamiseks. Samas 2015. aasta aprilli seisuga polnud matkarajal ning puhkekeskuse aladel paiknevad viidad kasutajasõbralikud: tumesinist teksti oli puidult halb välja

lageda. Ühe arenguvõimalusena nähakse ka Pärnu maakonna ja/või Surju valla arenemist turismisihtkohana.

Ettevõtte ohtudeks on turismiettevõtteid puudutavad maksumuudatused, looduskeskkonnast tulenevad piirangud, konkurentide efektiivsem arendustegevus teenuste osas, piiratud kvalifitseeritud kohaliku tööjõu olemasolu ning muutlikud ilmastikuolud ja teeolude halvenemine. 2015. aasta maikuus otsustas valitsus tõsta majutusettevõtetele rakenduvat käibemaksu alates 2017. aastast 14%-ni (Luts 2015). Selline maksumuudatus võib koosmõjus üldise hooajalisusega Eesti turismimajanduses senist puhaskasumit veelgi vähendada.

Puhkekeskuse perenaise sõnul mõjutavad Kõveri Puhkekeskusesse saabumisel viimase, nelja kilomeetri pikkuse kruusateelõigu seisukorda kõige enam muutlikud ilmastikuolud – sh. tugevad ja/või pikad vihmaajad, kevadised sulaveed – ning sagedam metsaveoautode liiklemine nimetatud teelõigul. Teeolude puhul on tavaliselt olulisemad ja muutlikumad perioodid sügisel ja kevadel, mil tasuks kruusatee seisukorda regulaarsemalt jälgida ja analüüsida tee täitematerjali vajadust. Muutlikud ilmastikuolud võivad raskendada ka välitegevuste planeerimist rekreatiivsete teenuste arendamisel. Ettevõtte plaan ehitada lähitulevikus kuni 150 külastajat mahutav Suur Maja oleks heaks alternatiiviks maandada muutlikest ilmastikuoludest tulenevat riski rekreatiivsete tegevuste harrastamiseks välitingimustes. (Ellam 2014)

Nõrkuste osas mainitud potentsiaalse turu vähest tundmist püüab leevendada antud lõputöö raames läbi viidud aktiivsete tegevuste teemaline uuring. Selleks, et potentsiaalsetele külastajatele pakkuda nende ootustele ja vajadustele vastavaid rekreatiivseid teenuseid, tuleb õppida tundma oma kliente ja potentsiaalset turgu. Kõveri Puhkekeskuse puhul on uuritavaks sihtrühmaks Eestis aktiivse puhkuse harrastajad. Käesoleva lõputöö uuringu eesmärgiks on välja selgitada külastajate ja potentsiaalsete külastajate eelistused ja ostuotsust mõjutavad tegurid rekreatiivsete teenuste suhtes. Sellest lähtudes on autor sõnastanud uurimisküsimuse järgnevalt: „Millised on klientide eelistused rekreatiivsete teenuste valimisel?“

Uuringu meetodiks on küsitlus (läbilõikeuuring standardiseeritud ankeedi kujul), mis sobib eelistuste ja hoiakute väljaselgitamiseks populatsioonis (Fink 2013: 2). Lisaks on

andmete kogumise protsess kvantitatiivse meetodi (sh. küsitluse) puhul vähem ajakulukas kui kvalitatiivse meetodi (nt. intervjuu) puhul ning andmeanalüüsi osas seosed konkreetsemalt tõestatavad. Samuti on küsitluse abil võimalik lühema aja jooksul ja odavamaid vahendeid kasutades saada suuremal hulgal informatsiooni (Mitchell, Jolley 2010: 263).

Küsitluses kasutatakse mudelina eeliskombinatsiooni analüüsi (*conjoint analysis*), mis on sobilik külastajate eelistuste ja taju selgitamiseks, et sellest lähtuvalt disainida ja turundada uusi tooteid/teenuseid (Tripathi, Siddiqui 2010: 4-5). Eeliskombinatsiooni analüüs on küsitlus-põhine tehnika, mille eesmärgiks on välja selgitada tootes/teenuses eelistatavate omaduste kombinatsioon. Vanusegruppide rühmitamisel tugineti 2013. aasta suviste sisereiside uuringule (Turu-uuringute AS 2013: 6), kus vanuserühmad oli valdavalt jaotatud 10-aastasteks intervallideks, v.a. 15-19- ja 60-74-aastased. Käesolevas lõputöös kajastatavas uuringus grupeeriti ankeedi koostamisel vanuserühmad sarnaselt näidisele enamjaolt 10-aastasteks intervallideks, v.a. 15-25-aastased ning vanuserühm 66+. Seega küsitluse koostamisel grupeeriti vanuserühmad järgnevalt: 15-25-, 26-35-, 36-45-, 46-55-, 56-65- ning üle 66-aastased.

Uuringu üldkogumiks on Eestis aktiivse puhkuse harrastajad. Valimina rakendatakse sihipärast valimit, kelleks on Kõveri Puhkekeskuse ja Romantilise Rannatee veebi- ja Facebook'i lehe jälgijaid, Kõveri Puhkekeskuse kliendibaasi kontaktid ning TÜ Pärnu kolledži avatud ülikooli tudengid. Kõveri Puhkekeskuse Facebook'i lehel (2015) oli 24. märtsi 2015 seisuga 500 jälgijat ning Romantilise Rannatee Facebook'i lehel (2015) 910 jälgijat (seisuga 3. aprill 2015). Kõveri Puhkekeskuse kliendibaasis olid 16 külastaja kontaktandmed (seisuga 28. märts 2015). TÜ Pärnu kolledži avatud ülikooli tudengeid oli küsitluse läbiviimise perioodil andmebaasis umbkaudu 400 (Kohv 2015).

Uuringus kasutati valikvastustega (sh. mitme vastusega) küsimusi, järjestamisküsimust, Likert'i skaalaga ning avatud küsimustega struktureeritud ankeeti. Avatud küsimusi kasutati küsimustikus viimases küsimuses kommentaaride, ettepanekute ja seniste kogemuste kirjeldamiseks. Ankeedis (lisa 2) küsiti vastajate eelistusi tegevuste suhtes (mitme variandi valikuvõimalus), treeninglaagris osalemist ja eelistusi toimumisaja suhtes, aktiivsete tegevuste harrastamise sagedust, ostuotsuse mõjutegurite tähtsusjärjekorda (järjestusküsimus) ning maksevalmidust teenuste osas. Vastaja isikut

puudutavate küsimustena olid esindatud sugu, vanus (vanusevahemikus) ja elukohariik. Ankeedi lõpus oli vastajal võimalik lisada oma kommentaarid, ettepanekud ja eelnevad kogemused. Vastajate motiveerimiseks said kõik täielikult täidetud ankeetide esitajad Kõveri Puhkekeskuse majutusteenustelt 10%-lise soodustuse, kirjutades küsitluse lõpus vastavasse lahtrisse oma e-posti aadressi.

Uuring viidi läbi LimeSurvey veebikeskkonnas: pilootuuring 2015. aasta veebruari lõpus ning põhiuuring perioodil 8.-29. märts 2015. Pilootuuringu käigus ilmnemiseid tehnilised probleemid ankeedi täitmise ja andmete laekumisega, mis said lahendatud, kuid hilisem ligipääs pilootuuringu jooksul laekunud poolikutele ankeetidele puudus. Andmete kontroll ja -analüüs toimus perioodil 30.03.-05.04.2015. Andmete kogumise perioodi esimene pool oli vastajate poolest vähemaktiivne kui teine pool. Seda võisid tingida Kõveri Puhkekeskuse Facebook'i lehe jälgijate oodatust madalam aktiivsus ja ettevõtte kliendibaasi väiksemahulisus. Algselt oli plaanitud teha koostööd ettevõtte koostööpartneri NastyDog Entertainment'iga, et kaasata küsitlusse rohkem valimiga sobituvaid vastajaid, kuid nimetatud ettevõtte ei vastanud autoripoolsetele pöördumistele Kõveri Puhkekeskuse nimel. Seejärel pöörduti Romantilise Rannatee inimeste poole, kes jagasid vastavat infot oma veebi- ja Facebook'i lehel. Viimasel küsitlusnädalal, kui laekunud oli ligikaudu 90 täidetud ankeeti, pöörduti ka TÜ Pärnu kolledži avatud ülikooli tudengite poole, et suurendada piisava hulga analüüsikõlblike ankeetide laekumise tõenäosust.

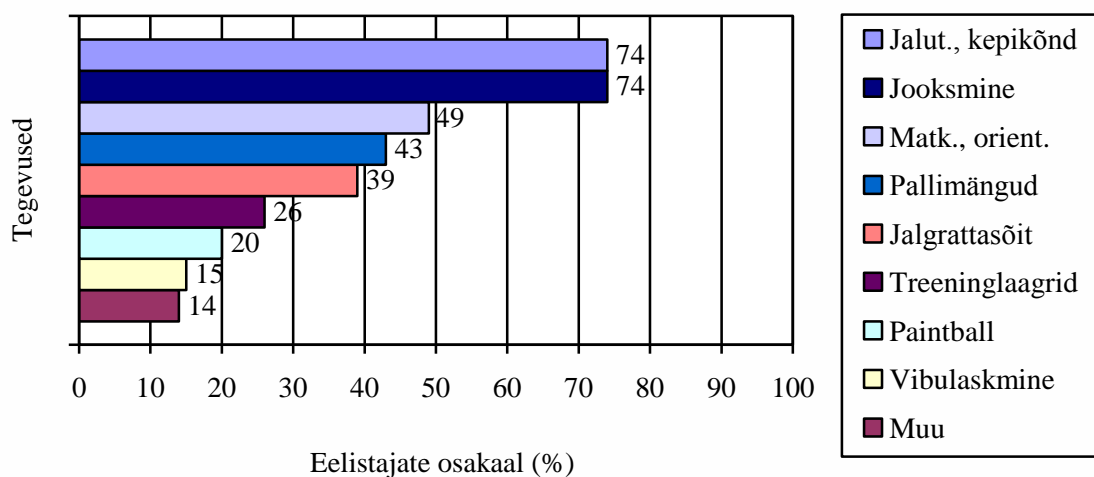
2.2. Uuringu tulemused

Andmete statistilisel analüüsimisel kasutati keskmiste tendentside ja variatsioonide mõõtmise meetodit. Andmete analüüsimiseks koguti kirjeldavat informatsiooni nagu sugu, vanus, elukohariik ning suhtumist väljendavaid vastuseid, et hiljem luua kogutud andmete vahel seoseid. Avatud küsimuse ja lisatavate „muude“ vastusevariantide puhul rakendati peamiselt deduktiivset sisuanalüüsi. Andmeanalüüsi protsessis kasutati Microsoft Exceli programmi. Kõik alljärgnevad tabelid ja joonised selles alapeatükis on autori koostatud.

Vastanuid kokku oli 143, millest peaaegu täielikult (hinnanguliselt enam kui 80% ulatuses) täidetud ankeete laekus 131. Neist omakorda osutus analüüsikõlbmatuks 6 ankeeti: 2 ei sobitunud valimiga ning 4 ankeedi puhul olid vastamata jäetud kaks või enam küsimust (v.a. viimane, kommentaaride ja ettepanekute küsimus). Analüüsikõlblikke ankeete jäi alles 125. Vastajad jagunesid elukohariigi alusel järgmiselt: 92% Eestist, 6% välismaalt ning 2% jättis elukohariigi märkimata. Välismaised elukohariigid jagunesid järgnevalt: Soome (4), Rootsi, Norra ja Ühendkuningriigid. Soo alusel jaotusid vastajad nõnda: 78% naised, 16% mehed ning 6% jätsid soo märkimata. Kuna meeste ja naiste ning elukohariikide vahelised osakaalud olid ebavõrdsed, oleks olnud ennatlik nende andmete põhjal järeldusi teha nimetatud tunnuste omavaheliste erinevuste osas.

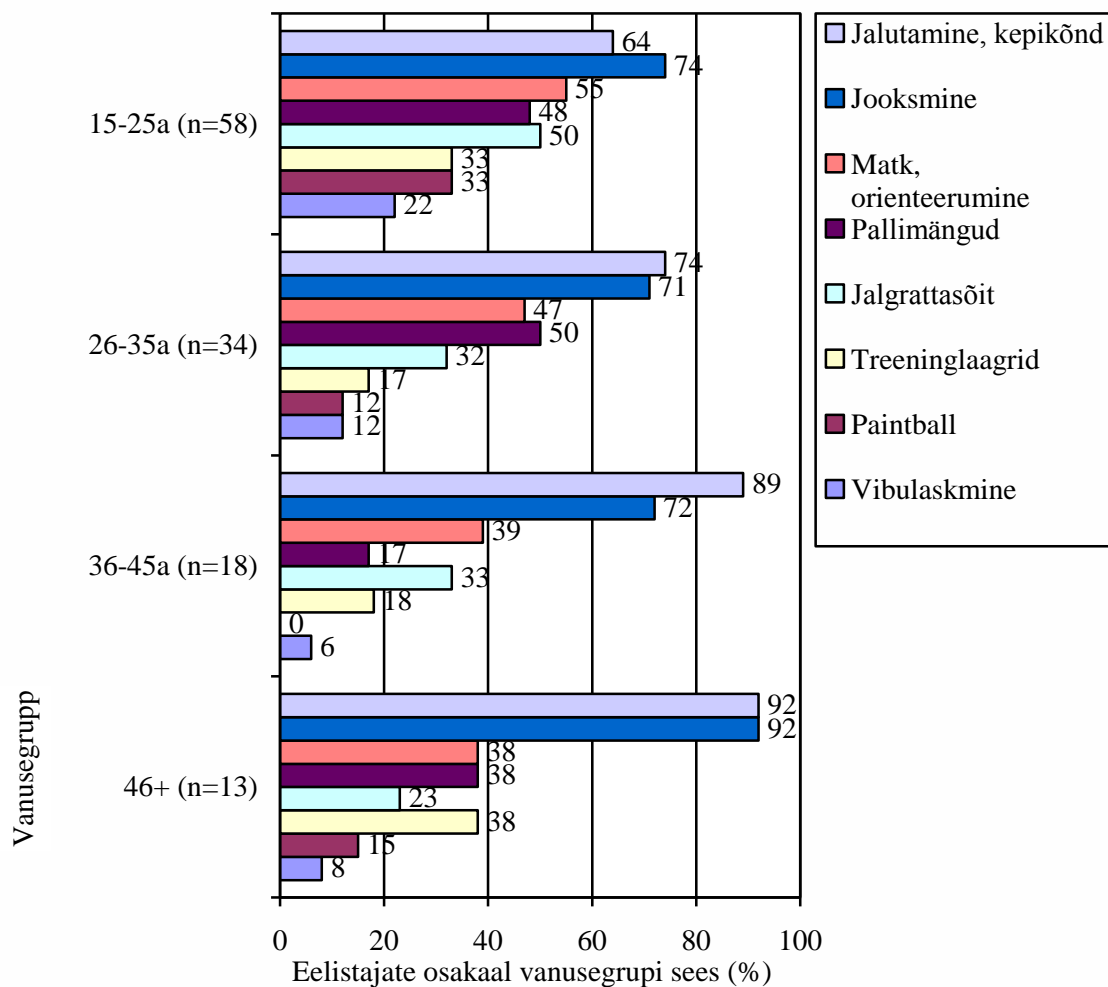
Kõige esindatuim vanusegrupp oli vastajad vanusevahemikus 15-25 eluaastat ning täiesti esindamata jäi vanusegrupp 56-65 eluaastat. Vanusegrupis 66+ oli 2 esindajat, mistõttu grupeeriti vanuserühmad ümber järgnevalt: 15-25-, 26-35-, 36-45-aastased ja 46+. Nimetatud vanusegruppide osakaalus jagunesid vastavalt 46%, 27%, 14% ja 10%, kusjuures 2% jättis oma vanusevahemiku märkimata. Seega olid kõige aktiivsemad vastajad naised vanusevahemikus 15-25 ning vähim aktiivsed olid mehed alates 36. eluaastast. Küsimuste osas oli kõige madalama vastamisaktiivsusega erinevate teenuste osas maksevalmidust kajastav küsimus nr. 7, millele vastas poolikult 17%, ning kommentaaride, ettepanekute ja eelnevate kogemuste küsimusele nr. 12 vastas 17%. Teiste küsimuste puhul oli mittevastanuid maksimaalselt kuni kaheksa.

Esimene küsimus uuris värskes õhus harrastatavaid tegevusi ning tegemist oli mitme vastusevariandiga valikküsimusega. Kõige populaarsemateks osutusid järgmised tegevused: jalutamine ja kepikõnd (74%), jooksmine (74%), matkamine ja orienteerumine (49%) ning pallimängud (43%). Majutusettevõtted tasuta või tasulise teenusena pakkuda näiteks juhendatud kepikõndi, erinevaid matku ja orienteerumismänge või -võistlusi, seltskondlikke või professionaalseid võistlusi erinevates pallimängudes või pakkudes pallide laenutamise võimalust. Järgmisel lehel paiknev joonis 2 annab ülevaate värskes õhus eelistatud tegevuste osakaaludest üldiselt.



Joonis 2. Eelistatud tegevused värskes õhus üldiselt (n=125)

Võrreldes eelistatud aktiivseid tegevusi värskes õhus vanusegruppide lõikes, siis 15-25-aastased eelistavad kõige enam jooksmist (74%) jalutamisele ja kepikõnnile (64%). Neile järgnevad matkamine ja orienteerumine (55%), jalgrattasõit (50%) ning pallimängud (48%). Jalutamise ja kepikõnni eelistajate osakaal vanusegruppide vahel näitab kasvavat trendi: 15-25-aastaste seas eelistasid seda 64%, 26-35-aastastest 74%, 36-45-aastaste seas aga 89% ning üle 46-aastaste hulgas 92%. Jooksmise osas vanusest sõltuvalt suuri erinevusi polnud: 26-35- ja 36-45-aastastest eelistab seda vastavalt 71% ja 72% ning üle 46-aastaste seas 92%. 26-35-aastased eelistavad veel pallimänge (50%) ning matkamist ja orienteerumist (47%) – viimast harrastaks 36-45-aastastest 39%. Treeninglaagrid pakuvad enim huvi 15-25-aastastele (33%) ning üle 46-aastastele (38%), *paintball* ja vibulaskmine aga 15-25-aastasele (vastavalt 33% ja 22%). Välitingimustes eelistatavate tegevuste osakaaludest vanusegruppide lõikes annab visuaalse ülevaate järgneval lehel paiknev joonis 3.



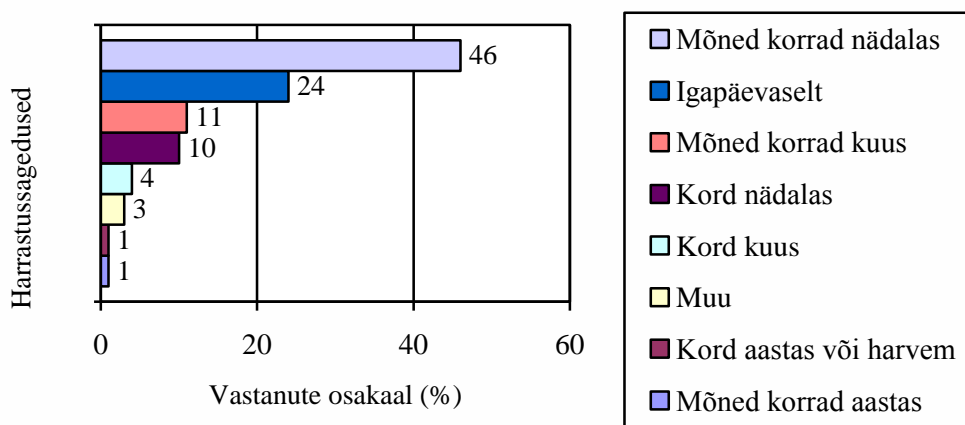
Joonis 3. Eelistatavad tegevuste osakaalud värskes õhus vanusegruppide lõikes

Valikvariandi „Mõnda muud“ valis vastanutest 14%. Vastuste kodeerimisel tugines autor Bell'i (2008: 1) rekreatsiooni liigitamisele eesmärgi järgi, mis jaguneb järgnevalt: füüsiline vorm, stressi vähendamine, värskes õhus viibimine, sõprade ja/või (lemmik)loomadega aja veetmine. Eelpool mainituile lisas autor kasutades induktiivset kodeerimist järgmised grupid: meelelahutus, hooajaline ja muu. Enim mainiti füüsilise vormi ning sõprade ja/või (lemmik)loomadega aja veetmise kategooria tegevusi (vastavalt 16 ja 6 korda), milledest populaarseimad olid ratsutamine (3) ja suusatamine (3). Samuti mainiti ühel korral *disc-golf*i ja geopeitust. Siinkohal annab kompaktsema ülevaate mainitud tegevustest kategooriate lõikes tabel 1, mis asub järgmisel lehel.

Tabel 1. Muud eelistatud tegevused värskes õhus kategooriate lõikes

| Kategooria | Nimetatud tegevused | Nimetatud kordade arv |
|---|--|-----------------------|
| Füüsiline vorm | Ratsutamine (3), suusatamine (3), iluuisutamine (2), rulluisutamine (2), ujumine (2), kepikõnd, <i>disc-golf</i> | 16 |
| Stressi vähendamine | Kalapüük | 1 |
| Värskes õhus viibimine | Kalapüük, jaht, geopeitus, koeraga jalutamine | 4 |
| Sõprade ja/või (lemmik)loomadega aja veetmine | Ratsutamine (3), koeraga jalutamine, kardisõit, geopeitus | 6 |
| Meelelahutus | Kardisõit | 1 |
| Hooajaline | Suusatamine (3), ujumine suvel | 4 |
| Muu | Talgud | 1 |
| | Kokku nimetati 18 erinevat tegevust | |

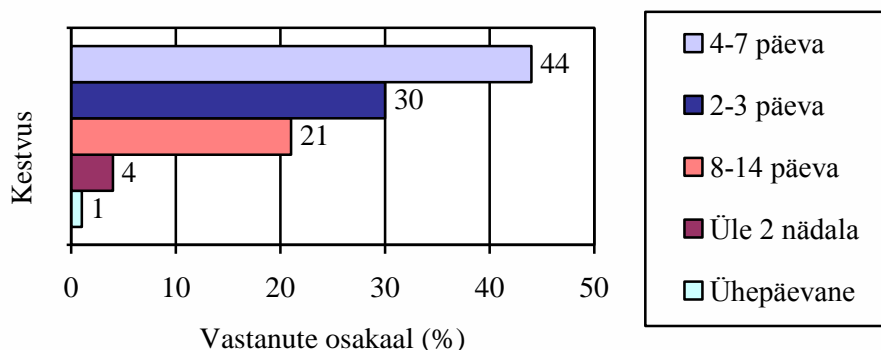
Teine küsimus oli ühe vastusevariandiga valikküsimus, mis uuris vastajate aktiivsete tegevuste harrastamissagedust välitingimustes. Kõige enam harrastatakse aktiivseid tegevusi välitingimustes mõned korrad nädalas (46%) ning igapäevaselt harrastab aktiivseid tegevusi umbes veerand (24%) vastanutest. 3% vastanutest valis vastusevariandiks muu: neist kolmel korral mainiti sõltuvust aastaajast ning ühel korral ilmastikuoludest. Aktiivseimad harrastajad (igapäevaselt ja mõned korrad nädalas) olid vastajad vanusevahemikus 15-25 eluaastat, kuid vanusegruppide sees erinevusi ei avaldunud. Joonis 4 annab üldise ülevaate aktiivsete tegevuste harrastussageduse kohta.



Joonis 4. Aktiivsete tegevuste harrastussagedus üldiselt (n=125)

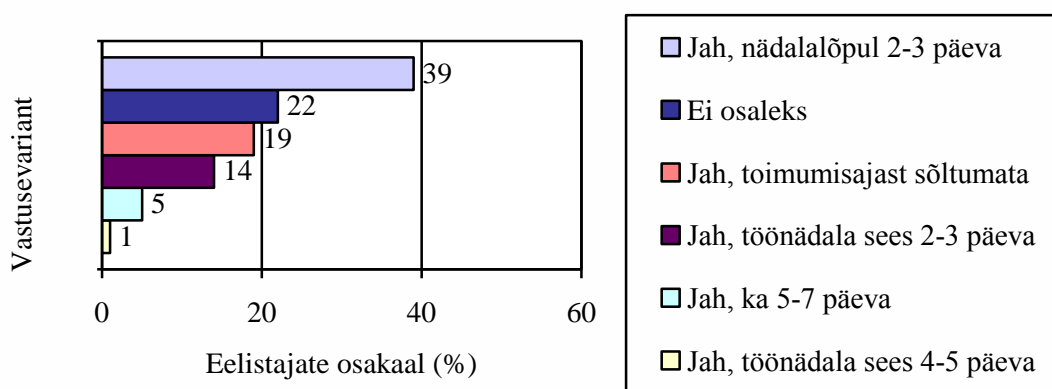
Küsimus nr. 3 näol oli tegemist ühe vastusevariandiga valikküsimusega, kus küsiti vastajate eelistust puhkusereisi kestvuse osas. 44% vastajatest eelistab 4-7-päevast, 30%

aga 2-3-päevast ning 21% 8-14 päeva kestvat puhkust. Samasugune eelistuste järjekord avaldus nii 15-25- kui ka 36-45-aastaste vanuserühmas, seevastu 26-35-aastased eelistasid 2-3-päevast puhkust 4-7-päevasele. Vastanute hinnangud olid muus osas vähese varieeruvusega. Joonis 5 annab kokkuvõtva ülevaate puhkusereisi kestvuse eelistuste osas üldiselt, kuna erinevused vanuserühmade lõikes polnud muus osas märkimisväärsed.



Joonis 5. Puhkusereisi kestvuse eelistused üldiselt (n=125)

Küsimus nr. 4 uuris vastajate treeninglaagris osalemist ning eelistust toimumisaja osas. Tegemist oli ühe vastusevariandiga valikküsimusega. Vastused varieerusid antud küsimuse puhul rohkem kui puhkusereisi pikkuse osas. Enamik (39%) osaleks treeninglaagris, kui see toimuks nädalalõpul 2-3 päeva ning 19% osaleks toimumisajast sõltumata, samas 22% vastanutest ei osaleks laagris. Treeninglaagris osaleks 78% vastanutest ning vanusegruppide vahel olulisi erinevusi ei avaldunud. Joonis 6 kajastab treeninglaagris osalemist ja eelistatud toimumisaegu üldiselt.



Joonis 6. Treeninglaagris osalemine üldiselt (n=116)

Kui aga võrrelda osalemist vanusegruppide lõikes, siis kõige suurema tõenäosusega võtaksid treeninglaagritest osa 36-45- ning 15-25-aastased (vastavalt 83% ja 74%). 26-35-aastaste vanusegrupist osaleks ühel või teisel ajal treeninglaagris 65% vastajatest ning üle 46-aastaste seas oli see osakaal 62%. Küsimuse teine pool oli avatud küsimus, kus paluti vastajal lahtrisse lisada treeninglaagrid, millistes ta osaleks. Oma kommentaari jättis 27% neist vastanutest, kes osaleks treeninglaagris. Sisuanalüüsi osas kodeerimisel tugineti taaskord Bell'i (2008: 1) rekreatsiooni liigitamisele eesmärgi järgi, mis jaguneb järgnevateks kategooriateks: füüsiline vorm, stressi vähendamine, värskes õhus viibimine, sõprade ja/või (lemmik)loomadega aja veetmine. Eelpool mainituile lisas autor kasutades induktiivset kodeerimist järgmised grupid: füüsiline tervis, käsitöö, kunst ja muusika. Taaskord mainiti enim füüsilise vormi ning sõprade ja/või (lemmik)loomadega aja veetmise kategooriasse liigituvaid tegevusi (vastavalt 19 ja 10 korda), millest populaarseimad olid jooga (5) ning matkamine ja orienteerumine (4). Ülevaatliku kokkuvõtte nimetatud treeninglaagrite kohta kategooriate kaupa annab järgnev tabel 2.

Tabel 2. Nimetatud treeninglaagrid kategooriate järgi

| Kategooria | Nimetatud tegevused | Nimetatud kordade arv |
|---|--|-----------------------|
| Füüsiline vorm | Jooga (5), spordi- ja/või treeninglaager (3), matkamine ja orienteerumine (4), viburetk, jalgrattamatk, pallimängud, võrkpall, spordivõistlused, meditatsioon, <i>shindo</i> | 19 |
| Stressi vähendamine | Jooga (5), meditatsioon, <i>shindo</i> | 7 |
| Värskes õhus viibimine | Matkamine ja orienteerumine (4), viburetk, jalgrattamatk | 6 |
| Sõprade ja/või (lemmik)loomaga aja veetmine | Matkamine ja orienteerumine (4), seltskondlikud tegevused pere/sõpradega (3), pallimängud, viburetk, jalgrattamatk | 10 |
| Füüsiline tervis | Tervislik toitumine ja paastumine kogenud terapeudi järelevalve all | 1 |
| Käsitöö, kunst ja muusika | Käsitöö (2), maalimine, muusika | 3 |
| | Kokku nimetati 18 erinevat tegevust. | |

Lisaks laagrite nimetamisele tehti ka üldisemaid kommentaare, mida valdavalt mainiti üks-kaks korda. Näiteks tähtsustati erinevate tegevuste kombineerimist ning võimalust laagris võrdselt sportida ja puhata. Ühele vastajale oli oluline, et lastega pere saaks

laagris koos aega veeta, millest lähtuvalt peaks laager toimuma koolivaheajal või nädalavahetustel, teine lapsevanem osaleks vaid puhkuse ajal. Veel mainiti, et aktiivset tegevust harrastatakse kas üksinda või sõpruskonnaga.

Küsimus nr. 5 oli järjestusküsimus, mis uuris vastanute mõjutegurite järjestust olulisuse alusel, alustades puhkuse valikut kõige enam mõjutavast tegurist. Üldiselt on kõige olulisem hind, mille valis esimesele kohale 42% vastajatest – esmatähtsatena mainiti veel emotsiooni (15%) ning tervislikku seisundit (14%). Olulisuselt teisele kohale jäi asukoht koos ligipääsuga (26%) – tähtsuselt teisele kohale nimetati veel taaskord hinda (22%) aga ka kestvust (17%). Olulisuselt kolmandaks pidasid vastanud võimaluste mitmekesisust (24%) – olulisuselt kolmanda faktorina mainiti taaskord asukohta koos ligipääsuga ning kestvust (mõlemad 19%). Seega kokkuvõtvalt on 125 vastaja jaoks kolm olulisemat tegurit hind, asukoht (sh. ligipääs) ja võimaluste mitmekesisus, kuid ei saa alahinnata kestvuse rolli. Samas olid selle küsimuse vastused üsnagi varieeruvad. Emotsiooni olulisus esines vanusegruppides 26-35 (kolmandal kohal) ning 36-45 eluaastat (teisel kohal). Tabel 3 võtab kokku aktiivse puhkuse kolm olulisemat mõjutegurit vanusegruppide lõikes.

Tabel 3. Kolm olulisemalt mõjutegurit aktiivse puhkuse valikul vanusegruppide lõikes

| | Olulisuselt esikohal (vastanute osakaal, %) | Olulisuselt teisel kohal (vastanute osakaal, %) | Olulisuselt kolmandal kohal (vastanute osakaal, %) |
|--------------------------------------|--|---|---|
| 15-25a (n=58) | Hind (45%) | Asukoht (sh. ligipääs) (28%) | Võimaluste mitmekesisus (31%) |
| 26-35a (n=34) | Hind (41%) | Asukoht (sh. ligipääs), võimaluste mitmekesisus (mõlemad 24%) | Emotsioon (24%) |
| 36-45a (n=18) | Hind (44%) | Asukoht (sh. ligipääs), emotsioon (mõlemad 28%) | Võimaluste mitmekesisus (28%) |
| 46+ (n=13) | Hind (38%) | Asukoht (sh. ligipääs) (31%) | Hind (31%) |
| Vastamata (n=2) | Asukoht (100%) | Hind (50%), emotsioon (50%) | Kestvus (50%), tervislik seisund (50%) |
| Vanusegrupid kokku (n=125) | Hind (42%) | Asukoht (sh. ligipääs) (26%) | Võimaluste mitmekesisus (24%) |

Küsimuses nr. 6 paluti vastajatel hinnata erinevate atraktsioonide ja võimaluste vajalikkust Likert'i 5-pallisel skaalal, kus 1 = ebavajalik, 2 = pigem ebavajalik, 3 = neutraalne, 4 = pigem vajalik ning 5 = väga vajalik. Hinnatavateks atraktsioonideks ja võimalusteks olid: saun, väligrill, veekogu olemasolu/lähedus, spordivahendite laenutus, välijõusaal, matkaraja olemasolu/lähedus, laste õpperada, kiiged, laste liumägi, lemmikloomad lubatud, ligipääs liikumispuuetega inimestele ning muu (paluti täpsustada küsimuses nr. 12). Kõige vajalikemateks peeti sauna ja veekogu olemasolu/lähedust (võttes arvesse aritmeetilist keskmist ja moodi) ning seejärel olid olulised ka väligrilli, matkaraja olemasolu/lähedus ja spordivahendite laenutuse võimalus (võttes arvesse vaid moodi). Välijõusaali osas oldi neutraalsel seisukohal, kuid arvamus kaldus mõnevõrra hinnangu „pigem ebavajalik“ poole.

Vastused varieerusid kõige enam lasteatraktsioonide (õpperada, liumägi ja kiiged), lemmikloomade lubamise ja ligipääsu osas liikumispuuetega inimestele, kuid kõige suurem varieeruvus oli „muude“ osas. Kui enamike eelpool nimetatud atraktsioonide/võimaluste osas jäadi pigem neutraalsele seisukohale (arvestades aritmeetilist keskmist), siis lemmikloomade ja „muude“ osas hindas enamik neid ebavajalikeks (mida põhjustas mood). Siinkohal on oluline ära mainida, et „muude“ olulisust hindas vaid 14 vastajat. Samas oli lasteatraktsioonide (õpperada, liumägi ja kiiged) vahel ühesuunaline tugev seos, mis tähendab, et kui üht lasteatraktsiooni peetakse vajalikuks, siis tõenäoliselt hinnatakse vajalikeks ka teisi selle kategooria atraktsioone ja vastupidi. Tabel 4 annab ülevaate atraktsioonidele enim antud hinnangust (mood) ja keskmistest hinnangutest (aritmeetiline keskmine) üldiselt.

Tabel 4. Atraktsioonidele enim antud ja keskmised hinnangud üldiselt

| Atraktsioon/võimalus | Keskmine hinnang | Enim antud hinnang | Vastanute osakaal (%) (n=125) |
|-----------------------------|------------------|--------------------|-------------------------------|
| Saun | Pigem vajalik | Väga vajalik | 99% |
| Väligrill | Pigem vajalik | Väga vajalik | 98% |
| Veekogu olemasolu/lähedus | Pigem vajalik | Väga vajalik | 99% |
| Spordivahendite laenutus | Neutraalne | Pigem vajalik | 99% |
| Välijõusaal | Pigem ebavajalik | Neutraalne | 98% |
| Matkaraja olemasolu/lähedus | Neutraalne | Pigem vajalik | 99% |

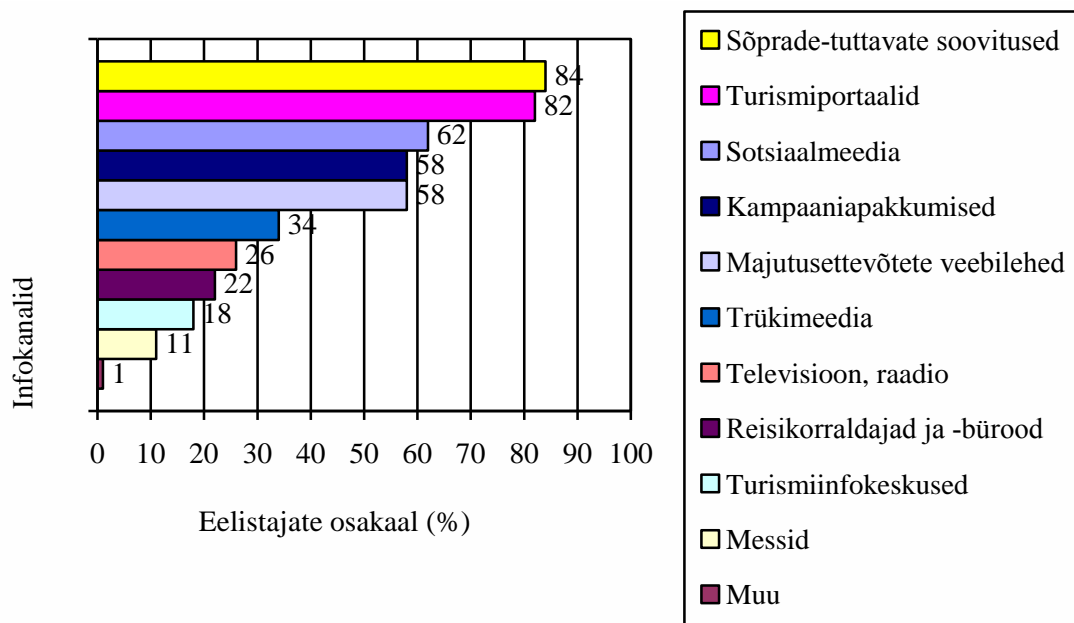
| Atraktsioon/võimalus | Keskmine hinnang | Enim antud hinnang | Vastanute osakaal (%) (n=125) |
|--------------------------------------|------------------|--------------------|-------------------------------|
| Laste õpperada | Neutraalne | Neutraalne | 100% |
| Kiiged | Neutraalne | Neutraalne | 99% |
| Laste liumägi | Neutraalne | Neutraalne | 99% |
| Lemmikloomad lubatud | Neutraalne | Ebavajalik | 100% |
| Ligipääs liikumispuuetega inimestele | Neutraalne | Väga vajalik | 99% |
| Muu | Neutraalne | Ebavajalik | 11% |

Küsimus nr. 7 selgitas välja vastanute maksevalmiduse järgnevate teenusekategoriate osas: majutus, toitlustus, aktiivne puhkus ja muud teenused. Tegemist oli avatud küsimusega, kus vastajal tuli lahtrisse sisestada arve. Küsimusele vastas vähemalt 50% ulatuses 90% kogu vastajaskonnast ning 17% jätsid vastamata ainult „muude teenuste“ lahtri. Vastanute üldine hinnavahemik varieerus 8-12€ võrra, olles seejuures pigem ühtlane. Järgnev tabel 5 kajastab üldiselt vastanute maksevalmidust eri teenuste lõikes koos aritmeetilise keskmise ja enimlevinud summaga (mood).

Tabel 5. Vastanute maksevalmidused eri teenuste osas üldiselt

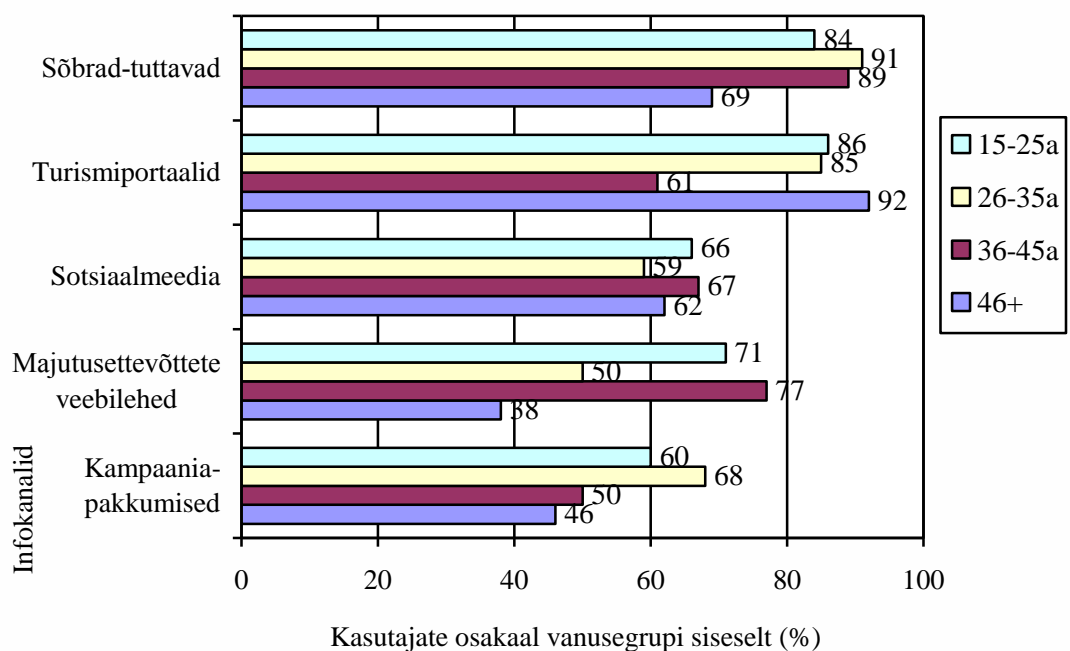
| Teenus | Keskmine makstav hind (€) | Populaarseim makstav hind (€) | Vastanute osakaal (%) (n=125) |
|-----------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Majutus | 32€ | 20€ | 94% |
| Toitlustus | 20€ | 15€ | 94% |
| Aktiivne puhkus | 27€ | 20€ | 90% |
| Muud teenused | 22€ | 10€ | 77% |

Küsimus nr. 8 oli mitme vastusevariandiga valikküsimus välja selgitamiseks enimkasutatavad infokanalid aktiivse puhkuse planeerimisel. Kõige enam kasutatakse järgnevat viit infoallikat: sõprade-tuttavate soovitusel (84%), turismiportaalid (82%), sotsiaalmeedia (62%), kampaaniapakumised ja majutusettevõtete veebilehed (mõlemad 58%). „Muude“ allikatena nimetati Delfi kaarti ja eelnevalt teada olevat informatsiooni. Üks vastaja kirjutas, et otsib aeg-ajalt internetist informatsiooni konkreetse tegevuse kohta, kasutades vastavat märksõna ning satub mõnikord juhuslikult meedias (vastaja sõnul) „millegi peale“, mida varem otsida pole osanud – autor eeldab, et selle „millegi“ all on mõeldud kas tegevust või ettevõtet. Järgmisel lehel paiknev joonis 7 visualiseerib kasutatavate infokanalite osakaale üldiselt.



Joonis 7. Infokanalite kasutamine (n=125)

Kõige enam kasutavad sõprade-tuttavate soovitusi 26-45-aastased, kõige vähem kasutavad turismiportaale 35-45-aastased ning sotsiaalmeediat kasutavad aktiivsemalt 15-25- ja 36-45-aastased. Kampaaniapakkumisi otsivad enim 26-35-aastased ning majutustevõtete veebilehti kasutavad kõige enam 15-25- ja 36-45-aastased. Joonis 8 kajastab kokkuvõtlikult viie enim kasutatava infoallika osakaale vanusegruppide lõikes.



Joonis 8. Viie populaarseima infoallika kasutajate osakaalud vanusegruppide lõikes

Küsimus nr. 12 oli avatud küsimus kommentaaride ja ettepanekute tegemiseks ning eelnevate kogemuste kirjeldamiseks. Lisaks paluti täpsustada 6. küsimuses hinnatud „muu“ atraktsiooni/võimaluse vajalikkust, mida hinnati 14 korral ning kommentaarides täpsustati hinnatud aspekti 9 korral. Hinnatud atraktsioonideks/võimalusteks olid pesemisvõimalus (2), ettevõtte kaugus linnast, jalgrattad, vesirattad, batuudid, massaaž, kontserdid, prügikastide piisavus matkaradadel ja rabades ning telkimise ja lõkketegemise võimalus. Kõik kommentaarid kordusid üks-kaks korda. Oluliseks peetakse ajalist sobivust, info kättesaadavust ning teeolude seisukorda. Veel on vastanutele olulised kööginurga olemasolu (näiteks paari-kolme toa peale), hubasus, luksus, hinna-kvaliteedi suhe ja maitsvad söögid.

Korra mainiti, et majutuskohi peaks arvestama ka lastega ning teine respondent oli arvamisel, et perega puhkamine on Eesti veidi kallivõitu. Üks vastaja 4-liikmelisest perest kirjutas: „*Ma arvan, et kogu pakett ei tohiks ületada 160-200€.*“ Teenuste maksevalmidust puudutavatest kommentaaridest selgub programmimise ja turismipakettide moodustamise vajadus Eesti maaturismiettevõtetes. Üks vastaja kirjutas: „*Korraldan tavaliselt suuremaid üritusi ja mind pahandab, kui kompleksi rendihinna sisse ei kuulu nt. sauna või palliplatsi kasutus.*“ Soovitakse kasutada täisteenuseid, mis hõlmaksid lisaks toitlustusele ka terve päeva sisustamist aktiivse puhkusega. Veel toodi välja seos puhkuse pikkuse ja maksavalmiduse vahel: mida lühem on puhkus, seda väiksemat summat ollakse valmis teenuste eest maksma. Seega on pikemalt ööbivad turistid maamajutusettevõtetele majanduslikus mõttes kasumlikud. Vastanud mainisid paaril korral kööginurga olulisust, mis võiks väikeettevõtjate jaoks olla mugavam ja vähem ressursimahukas alternatiiv toitlustuse pakkumisele.

Kokkuvõtvalt järeldeb uuringust, et vastajad eelistavad dünaamilist liikumist võimaldavaid tegevusi ning harrastavad neid peamiselt eesmärgiga hoida ja/või saavutada füüsilist vormi ning veeta aega pere, sõprade ja/või (lemmik)loomadega. Kuna 44% vastajatest eelistavad 4-7-päevast puhkusereisi, tasuks turismiettevõtetele ressursside optimaalseks kasutamiseks panustada pikemaajaliste külastajate ligi meelitamisele, võimaldades neil külastusperioodi jooksul osaleda laagris, kuid jättes ka vaba aega puhkamiseks.

Soodsaks treeninglaagri toimumisajaks on ka nädalavahetused ning lastega perede jaoks koolivaheajad. Ligi viiendik vastanutest saaks laagris osaleda ka toimumisajast sõltumata. Potentsiaalsemateks laagriteks oleks jooga- ning matka- ja orienteerumislaager (sh. jalgrattamatk), mida võiks kombineerida teiste tegevustega nagu viburetk, võistlused pallimängudes ja/või joogalaagriga sobituvad tegevused (*shindo*, meditatsioon ja tervislik toitumine).

Esmalt mõjutab ostuotsust hind, seejärel asukoht ja võimaluste mitmekesisus. Vastajad on hinnatundlikud (eriti lastega pered) ning väärtustavad hinna-kvaliteedi suhet. Maksevalmidus on suurem majutuse ja aktiivsete puhkuse osas, jättes toitlustuse teisejärguliseks. Kõige vähem soovitakse maksta muude lisateenuste eest. Soovitakse tarbida sisustatud päevakavaga turismitoodet ning pikema puhkuse puhul ollakse valmis ka rohkem maksma.

Kõige vajalikemaks peetakse maaturismiettevõttes sauna, grillimisvõimalust ja veekogu olemasolu või selle lähedust. Osa külastajaskonnast tunneks huvi ka matkaraja ja spordivahendite laenutamise võimaluse vastu. Siinkohal peaksid maaturismi majutusettevõtted lähtuma oma tegevuspiirkonna võimalustest, klientuurist ning ettevõtte suunitlusest otsustamaks, milliseid spordivahendeid oleks neil mõistlikum rentimiseks soetada. Näiteks pole mõtet kruusateedega ligipääsetaval majutusettevõttel soetada rulluiske, pigem tuleks leida klientide huvipakkuv alternatiiv, mis oleks reaalselt ellurakendatav. Maaturismiettevõtted (sh. Kõveri Puhkekeskus) peaksid lisaks oma veebilehe ja sotsiaalmeediakanalite regulaarsele haldamisele panustama ka hea teeninduskvaliteedi pakkumisele, kuna selle mõju avaldub nn. suust-suhu reklaamis. Ettevõtte enda poolt hallatavatel lehtedel tuleks jälgida, et pakutavate rekreatiivsete tegevuste märksõnad oleks kajastatud.

Käesolev alapeatükk andis ülevaate uuringu protsessist ja saadud tulemustest. Järgmine peatükk käsitleb teooriale ja uuringu tulemustele tuginedes tehtud järeldusi ja parendusettepanekuid ning Kõveri Puhkekeskusele tehtud parendusettepanekuid rekreatiivsete teenuste arendamiseks.

3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD KÕVERI PUHKEKESKUS OÜ REKREATIIVSETE TEENUSTE ARENDAMISEKS

Uuringust selgus, et rekreatiivsetest teenustest eelistatakse dünaamilist liikumist pakkuvaid tegevusi, aga ka joogat ja *shindo* 'd. Eesti Riiklik Turismiarenduskava (2013: 20) alusel kasvab nõudlus terviseturismi (sh. tervislike tegevuste) vastu ning selle arendamiseks on olemas ressursse ja potentsiaali. Siit avaldub võimalus ühendada rekreatiivsed ja tervislikud tegevused nagu näiteks matkamine, jalgrattamatk, kepikõnd, jooga ja *shindo* teemapaketiks koos tervisliku toitumise kursusega. Nagu eelnevalt mainitud, peetakse Eesti jooga teenusepakujate poolt heaks ideeks joogatalu rajamist, et seal laagreid korraldada (Toode 2014: 35). Kõveri Puhkekeskus oleks oma asukoha, loodusliku keskkonna ja ressursside poolest sobiv paik joogalaagrite korraldamiseks välitingimustes, kuid sel juhul sõltutakse aastaajast ja ilmast. Ettevõtte plaan ehitada viie aasta jooksul (ehk hiljemalt aastaks 2019) Suur Maja, mis mahutaks kuni 150 inimest võimaldaks lähitulevikus korraldada sündmusi (sh. joogalaagreid) siseruumides (nt. talvisel perioodil või ebasobiva ilma korral) ka suurematele rühmadele. Senine mahutavus siseruumides toimuvateks sündmusteks on 15-20 inimesele. (Ellam 2014)

Uuringust avaldus, et potentsiaalsed külastajad (eriti lastega pered) on hinnatundlikud ning tähtsustavad ettevõtte asukohta ja võimaluste mitmekesisust. Hind ja asukoht olid tähtsad ka 2012. aastal maaturismi siseturistide seas, kuid maksevalmidus toidlustuse osas on kolme aasta jooksul nihkunud teisejärguliseks. Lisaks on pikenenud eelistatud puhkuse pikkus tollaselt 2-3 päevalt 4-7-päevasele puhkusele. Võrreldes 2012. aastaga on trükimeedia oma olulisust infoallikana minetamas. (Hillep *et al.* 2012: 40, 53, 78)

Lisa 3 kajastab autoripoolsed ettepanekuid Kõveri Puhkekeskusele rekreatiivsete teenuste arendamiseks tegevuskavana, kajastades tegevuste tähtaegu ja/või perioode, teostajaid, vastutajaid, vajaminevaid ressursse ning tulemuste mõõtmise indikaatoreid. Tegevuskava on ettevõtjale abiks tegevuste ajalisel planeerimisel ja ajakavas püsimise jälgimisel. Autor soovib juuniku esimeses pooles ettevõtte valdustes olevad puidust viidad erksama värviga üle värvida, et need oleks külastajatele paremini loetavamad. Ka Bell (2008: 31) toonitas oma välirekreatsiooni teemalises teoses üheselt mõistetava ja külastajasõbraliku viidasüsteemi olulisust.

2015. aasta kõrghooajal soovitakse koguda külastajatelt tagasisidet ja suurendada ettevõtte kliendibaasi, mida võiks analüüsida septembrikuu esimeses pooles. Tagasiside kogumisel keskendutakse peamiselt ühepäevaste ürituste (valdavalt suviste kontsertide) külastajatele. Uuringu eesmärgiks on hinnata ettevõtte ja tema koostööpartnerite senist oskust, võimekust ja tulevikupotentsiaali ühepäevaste programmide ja paaripäevaste turismipakettide korraldamisel ning välja selgitada võimalikud kitsaskohad.

Eelnevalt mainitud USA maakonna näitel (Vail 2010: 8) soovitati pakkuda välirekreatsioonist ja kõrgekvaliteedilisest majutusteenusest koosnevat terviktoodet. Nii autori poolt läbi viidud kui ka Soome ja Tyrol'i (Austria) võrdlevast uuringust selgus külastajate soov organiseeritud puhkuse järele – sh. ühepäevased programmid ja paketid (Pesonen *et al.* 2011: 47) Istuva eluviisi trend ja ülekaalulisuse suurenenud osakaal (Ardito *et al.* 2012: 6; OECD 2014: 246) annavad turismiettevõtetele võimaluse oma teenuste arendamisel propageerida tervislikke eluviise.

Eelpool mainitule tuginedes plaanitakse 21.-23. augustil 2015 katsetada esmakordselt turismipaketi „Avastuste nädalalõpp“ turuletoomist – taaskord on oluline koguda tagasisidet. Pakett sisaldaks kahte ööbimist, tegevuste ja toitlustusega sisustatud laupäeva ning lisatoidukordi ettetellimisel. Laupäevane päevaprogramm sisaldaks joogat, *shindo* venitust, orienteerumist ja korvpalliturniiri ning laupäevane päevaprogramm on tasu eest avatud ka ühepäevakülastajatele. Toitlustust pakuks Hea Maitse Meeskond, orienteerumisvõistlust korraldaks Seikle Vabaks meeskond ning jooga ja *shindo* rühmatreeningut üks MyFitness'i treeneritest.

Autor soovibab Kõveri Puhkekeskusel turismialase teabe ja oskuse osas jätkata koostööd TÜ Pärnu kolledžiga. Samuti on puhkekeskuse kompetentsuse tõstmise üheks võimaluseks laiendada koostööd turismiteenuseid pakkuvate ettevõtetega (nt. Seikle Vabaks matkade ja My Fitness rühmatreeningute korraldamiseks). Koostööd ettevõtete vahel rõhutas ka Vail (2010: 8). Autori koostatud ülevaade ettevõtetest ja organisatsioonidest, kellega Kõveri Puhkekeskus võiks kaaluda koostöö arendamist lähitulevikus, asub lisas 4.

Augusti keskpaigast ühe kuu jooksul tuleks teha lõppeva kõrghooaja põhjal analüüs järgmise suvehooaja personali vajaduse kohta, pannes paika abitööjõu hulga, nende töökohustused ja kandidaadi valimise kriteeriumid. Septembrikuus võiks hinnata järgmise aasta kruusatee täitematerjali hulka ning edastada vastav informatsioon Surju Vallavalitsusele. 2016. aasta suvehooajaks soovitatakse kaasata esialgu kaks praktikanti ning sellekohane teave edastada TÜ Pärnu kolledži ja Kuressaare Ametikooli turismiosakondadele või vastutavale kontaktisikule (kontaktandmed on võimalik leida lisast 4). Protsessiga oleks soovitatav alustada septembri keskel ning kolmepoolsed lepingud kahe praktikandi ja nende õppeasutuse vahel sõlmida detsembriks 2015. Praktikantide ülesannete kirjeldused tuleks paika panna läbirääkimiste protsessis, kuhu oleks kaasatud puhkekeskuse esindaja/perenaine, õppeasutuste turismiosakondade praktikakorralduse juhendajad ning tulevased praktikandid. Praktikaperioodi alguses peaksid osapooled (seekord ettevõtte ja praktikandid) sooritatavad ülesanded ja nende ajakava üle kontrollima ja vajadusel tegema muudatusi või lisama tekkinud ideid või ülesandeid.

Sügissemestril võiks Kõveri Puhkekeskus teha koostööd TÜ Pärnu kolledži turismitudengitega (aine Reisikorraldus raames), kus tudengitel palutakse koostada kolm kuni viis turismipaketti aktiivse puhkuse otsijatele, arvestades Kõveri Puhkekeskuse võimalusi. Turismipakettide ideedest võiksid mõned olla suunatud järgmistele sihtrühmadele: tervislikkust ja sisemist rahu otsivad külastajad, konkreetses treeninglaagris osalejad (nt. orienteerumine, jalgrattamatk, vibulaskmine) ning lastega pered. Tervislikkust ja sisemist rahu otsivatele külastajatele suunatud pakett võiks sisaldada ka küsitluses välja toodud tervisliku toitumise alast koolitust koos sobivate tegevustega (jooga, *shindo*, *pilates*, matkamine). Pakett lastega peredele võiks sisaldama

värskes õhus harrastatavaid ühistegevusi nagu näiteks n.-ö. mini-jalgrattamatk, pallimängud ja matkaraja läbimine Kõveri Puhkekeskuse perenaise juhendamisel, sisaldades looduse teemal harivat momenti.

Detsembrikuus peaks analüüsima esitletud ideid, andma tagasisidet tudengitele ning veebruarikuuks välja töötama kaks reisipaketti saabuvaks 2016. aasta suvehooajaks, tuginedes tudengite poolt esitatud ideedele. Samal kuul tuleks küsida hinnapakumist potentsiaalsetelt teenusepakkujatelt ning aprilliks allkirjastada kirjalikud kokkulepped turismipakettidesse kaasatavate teenusepakkujate. Sama kuu lõpus alustatakse maikuu toimuva kevadise spordipäeva turundamist ettevõtte veebi- ja Facebook'i lehel ning uudisloona kohalikus ajalehes Surju Sõnumid, mis avaldatakse maikuu esimesel nädalal (Surju Vallavalitsuse veebileht 2015).

Maikuu alguseks tuleks lõpetada korrastustööd Kõveri Puhkekeskuse õuealal, et sama kuu teisel nädalavahetusel läbi viia kevadine spordipäev, mis hõlmaks jalgrattamatka ning võistlusi orienteerumises, vibulaskmises ja korvpallis. Toitlustusteenust pakuks Hea Maitse Meeskond. Osalejad saaksid eelnevalt tegevustele registreerida ning korvpalliturniiri jaoks tuleks osalejatel meeskond registreerida nädal aega enne sündmust. Võistluste võitjaid soovitatakse premeerida diplomiga vastava tegevuse lõpus. Kirjeldatud spordipäev võiks olla 2016. aasta suvehooaja avasündmuseks.

Teenuste arendamise ellurakendamise etapis saab oluliseks ka klientide teavitamine pakutavates toodetest/teenustest. Seega on oluline ettevõtte jaoks efektiivsemate turundusmeetmete valimine ja väljatöötamine. Esialgu peaks Kõveri Puhkekeskus keskenduma informatsiooni ajakohasena hoidmisele kõigil esindatud veebilehtedel ning kaaluma informatsiooni lisamist ka Eesti Maaturismi (2015) (<http://www.maaturism.ee>) portaali, kus 2015. aasta maikuu seisuga Kõveri Puhkekeskuse kohta info puudus.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et maaturismiettevõtte Kõveri Puhkekeskus OÜ peaks keskenduma hooajalise personali selekteerimisele, kahe-kolme turismipaketi väljatöötamisele ja turule toomisele ning pikaajaliste partnerlussuhete loomisele. Ettevõttel soovitatakse järgida oma senist põhimõtet muuta ümbritsevat looduskeskkonda minimaalselt. Samas tuleks realiseerida Suure Maja ehitamise plaan, mis võimaldaks tulevikus pakkuda rekreatiivseid tegevusi ka sisetingimustes.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teemaks oli rekreatiivsete teenuste arendamine maaturismiettevõttes Kõveri Puhkekeskus OÜ näitel. Töö eesmärgiks oli teooriale ja uuringu tulemustele tuginedes parendusettepanekute tegemine nimetatud ettevõttele rekreatiivsete teenuste arendamiseks. Tööle püstitatud eesmärk saavutati ja seatud ülesanded said täidetud.

Valdav osa teoreetikuid tõlgendavad rekreatsiooni kui vabatahtlikku ja meeldivat tasuta tegevusust. Suur osa neist seostavad tegevust ka sotsiaalsete aspektidega nagu kohene sisemine rahulolutunne, sotsialiseerumine ja positiivne enesekuvand. Leidub teooriaid rekreatsioonist kui eneseteostusest ja eesmärgipärasest tegevusest püstitatud eesmärkide saavutamiseks. Käesolevas lõputöös vaadeldi rekreatsiooni kui tegevust, keskendudes aktiivsele rekreatsioonile välitingimuses.

Rekreatsiooniteenuste arendamisel välitingimustes sõltutakse mitmetest teguritest nagu näiteks kliima, ilm, looduskeskkond, seadusandlus ja kohaliku elanikkonna suhtumine. Maaturismiettevõtted peaksid oma tegevust alustades viima end kurssi nende tegevust mõjutavate seadustega, analüüsima enda ja looduskeskkonna võimekust ning määratlema printsiibid, millest oma arendustegevuses lähtutakse (sh. optimaalne külastajate arv). Rekreatiivsete teenuste arendamisel tuleks säilitada sealsele looduskeskkonnale omaseid jooni ja vältida kunstlikke imitatsioone.

Uuringust avaldus, et eelistatakse dünaamilist liikumist võimaldavaid tegevusi, mille eesmärgiks on füüsilise vormi saavutamine ja/või selle hoidmine ning sõprade ja/või (lemmik)loomadega aja veetmine. Enim eelistatakse 4-7-päevast puhkuseisei ja 2-3-päevast treeninglaagrit ning soodsateks perioodiks nädalavahetused ja lastega perede jaoks koolivaheajad. Treeninglaagritest on enim huvitatud vanusegrupid 15-25- ja 36-45

eluaastat. Kõige vajalikemaks peetakse sauna, grillimisvõimalust ja veekogu olemasolu või selle lähedust. Osa külastajaskonnast huvituks ka matkarajast ja spordivahendite laenutamise võimalusest.

Ostuotsust mõjutavad hind, asukoht (sh. ligipääs) ja võimaluste mitmekesisus. Vastajad on hinnatundlikud (eriti lastega pered), kuid pikema puhkuse puhul ollakse valmis ka rohkem maksma. Maksevalmidus on suurem majutuse ja aktiivsete puhkuse osas, jättes toitlustuse teisejärguliseks. Üldiselt ollakse valmis teenuste eest (ühe inimese kohta ühel päeval) maksma järgmistes hinnavahemikes: majutus 20-32€, aktiivne puhkus 20-27€, toitlustus 15-20€ ning muud teenused 10-22€. Turismipakettide moodustamise vajadust tõestab nõudlus sisustatud päevakavaga turismitoodete järgi, mida kajastati küsitluse kommentaaride osas.

Viis enimkasutatavat infoallikat on sõprade-tuttavate soovitusel, turismiportaalid, sotsiaalmeedia, kampaaniapakkumised ja majutusettevõtete veebilehed. Teiste vanusegruppidega võrreldes kasutavad enim sõprade-tuttavate soovitusi 26-45-aastased, kampaaniapakkumisi enim 26-35-aastased ning 15-25- ja 36-45-aastased kasutavad teistega võrreldes aktiivsemalt sotsiaalmeediakanaleid ja majutusettevõtete veebilehti. Kõige vähem kasutavad turismiportaale 36-45-aastased ning ettevõtete veebilehti üle 46-aastased. Turismiettevõtjad peaksid panustama kvaliteetse tervikteenuse pakkumisele, mille mõju avaldub nn. suust-suhu reklaamis.

Tulevikus peaks uuringut rekreatiivsete teenuste teemal läbi viima laiemahaardelisemalt, et valimisse saaks kaasata rohkem mehi, üle 46-aastaseid ja/või välisriikide residentide (vastavalt uuringu sisule). Sisu osas soovitab autor uurida, milliseid kampaaniapakkumisi kasutatakse, millistel juhtudel on tervislik seisund takistavaks teguriks rekreatiivsete teenuste tarbimisel ja/või millised on klientide tõmbe- ja tõuketegurid (*push and pull factors*) rekreatiivsete teenuste valimisel. Teemakohaseid uuringuid tuleks korrata 5-7-aastaste intervallidega. Teine lähenemine oleks analüüsida Eesti maaturismiettevõtete turundamise võimalusi rekreatiivsete teenuste osas.

Autor soovitab maaturismiettevõtetel ressursside optimaalseks kasutamiseks panustada pikemaajaliste külastajate ligi meelitamisele. Turismialaste teadmiste vähesuse kompenseerimiseks ja hooajalise personalivajaduse rahuldamiseks võiks

maaturismiettevõtted (sh. Kõveri Puhkekeskus) arendada ja/või jätkata koostööd turismiharidust pakkuvate kõrgkoolide ja/või kutseõppeasutustega. Teenuste kvaliteedi tõstmiseks ning personali nappuse ja turismialaste teadmiste puudumise kompenseerimiseks on Eesti maapiirkondade väikeettevõtete jaoks oluline teha koostööd konkreetset teenust pakkuva firmaga, kes omab erialaseid teadmisi ja eelnevat kogemust, suurendades sel moel ka pikaajaliste koostööpartnerite nimekirja. Teenuste arendamise planeerimisel maaturismiettevõttes tuleks lisaks käesolevas lõputöös kajastatud uuringu tulemustele lähtuda konkreetse ettevõtte looduseskeskkonnast, senisest suunitlusest teenuste arendamisel ja ettevõtte ressurssidest (sh. personal).

Autori koostas ühe-aastane tegevuskava maaturismiettevõttele Kõveri Puhkekeskus OÜ, mis aitaks ettevõtjal teenuste arendamisel tegevusi ajaliselt planeerida ning jälgida ajakavas püsimist. Tegevuskava kohaselt kogutakse tagasisidet 2015. aasta kõrghooajal suviste kontsertide ja paketi „Avastuste nädalalõpp“ esmakordsetelt külastajatelt ning suurendatakse ettevõtte kliendibaasi. Uuringu abil saaks hinnata ettevõtte ja tema koostööpartnerite oskusi, võimekust ja potentsiaali ühepäevaste programmide ja paaripäevaste pakettide korraldamisel ning välja selgitada võimalikud kitsaskohad. Samuti hinnatakse järgmise aasta suvehooaja personali vajadusi, määratledes töökohustused ja kandidaadi valimise kriteeriumid. Kuna teenuste arendamisele järgneb nende turundamine, tõi autor välja ka mõned selle aspektid tegevuskavas: plaani kohaselt peaks esindatud veebilehtedel, portaalides ja sotsiaalmeediakanalites kajastatava informatsiooni haldamine toimuma regulaarselt ja jätkuma ka peale nimetatud ühe-aastase tegevuskava lõppemist.

Lõputöö autor soovitas Kõveri Puhkekeskusel 2015. aasta augustis katsetada turismipaketti „Avastuste nädalalõpp“, mille laupäevane toitlustusega päevaprogramm sisaldaks joogat, *shindo* venitust, orienteerumist ja korvpalliturniiri. Turismitootena sisaldaks pakett lisaks nimetatuile kaht ööbimist ja soovi korral lisatoidukordi ettetellimisel. Ettevõtte võiks jätkata koostööd TÜ Pärnu kolledži turismitudengitega uute turismipakettide ideede väljatöötamisel, et neist hiljem kavandada kaks paketti, mida saaks realiseerida alates 2016. aasta suvest. Sama aasta kõrghooaja avasündmusena võiks maikuus korraldada kevadise spordipäeva, kus külastajad saaksid võistelda orienteerumises, vibulaskmises ja korvpallis ning osaleda jalgrattamatkal.

VIIDATUD ALLIKAD

1. **American Society of Landscape Architects.** 2012. The Outdoor Recreation Economy Report. Outdoor Industry Association.
[http://www.asla.org/uploadedFiles/CMS/Government_Affairs/Federal_Government_Affairs/OIA_OutdoorRecEconomyReport2012.pdf] Pp. 2-4, 7, 10.
2. **Ardito, C.; d'Errico, A.; Leombruni, R.; Pacelli, L.** 2012. Health and well-being at work. Eurofound.
[<http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2013/02/en/1/EF1302EN.pdf>]
3. **Aref, F.; Gill, S. S.** 2009. Rural Tourism Development through Rural Cooperatives. Nature and Science, 2009, nr. 7 (10).
[http://www.sciencepub.net/nature/ns0710/09_1214_Tourism_ns0710.pdf]
4. **Bell, S.** 2008. Design for Outdoor Recreation (2nd edition). New York: Routledge.
5. Eesti Maaturismi veebileht. 2014. [<http://www.maaturism.ee>] 05.05.2015.
6. **Ellam, M.** 2014. Mitteformaalne intervjuu. 29.10.2014.
7. **Fedrigo-Fazio, D., Baldock, D., Farmer, A., Gantioler, S.** 2011. EU Natural Resources Policy: Signposts on the Roadmap to Sustainability. Institute for European Environmental Policy.
[http://www.ieep.eu/assets/800/DEEP_NaturalResources.pdf] May 2011.
8. **Fink, A.** 2013. How to Conduct Surveys: a step-by-step guide (5th edition). London, Los Angeles, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE Publications.
9. **George, E. W., Mair, H., Reid, D. G.** 2009. Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change. Bristol; Ontario: Channel View Publications.
10. **Goodwin, K.** 2009. Design for the Digital Age: How to Create Human-Centered Products and Services. Indianapolis: Wiley Publishing.

11. Google Maps veebileht. 2015. Kõveri Puhkekeskus.
[<https://www.google.ee/maps/place/Kõveri+Puhkekeskus/>] 14.05.2015.
12. **Hall, C. M., Page, S. J.** 2014. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space (4th edition). New York: Routledge.
13. **Hillep, P., Pärnamets, R., Trubetskoi, E., Ender, J., Eik, L., Viin, T., Juust, L., Peil, N.** 2012. Maaturismi uuring 2012.
[http://www.agri.ee/sites/default/files/public/juurkataloog/UURINGUD/uuring_maa_turism_2012.pdf] Detsember 2012.
14. **Jensen, C.** 1999. Outdoor Recreation in America (5th edition). Champaign: Human Kinetics. (kaudviide)
15. **Kohv, A.** 2015. Meilivahetus. 13.05.2015.
16. **Kozak, M., Decrop, A.** 2009. Handbook of Tourism Behavior: Theory & Practice.
17. **Kuosa, T., Westerlund, L.** 2012. Service Design: On the Evolution of Design Expertise. Viljandi: Best Print.
18. Kuressaare Ametikooli veebileht. 2015. [<http://ametikool.ee/>] 21.04.2015.
19. Kõveri Puhkekeskuse Facebook'i leht. 2015.
[<https://www.facebook.com/KoveriPuhkekeskus>] 24.03.2015.
20. **Larose, A.** 2011. Recreation/Nature-Based Tourism in Rural Areas: Literature Review and Case Study. Franklin Regional Council of Governments.
[<http://frcog.org/wp-content/uploads/2014/04/RecreationNature-Based-Tourism-in-Rural-Areas-Literature-Review-and-Case-Study-.pdf>] June 2011.
21. Looduskaitse seadus 2004. – Riigi Teataja I osa, 2004, nr. 38 art. 258.
[<https://www.riigiteataja.ee/akt/108072014020>]. §14, §15, §45, §50.
22. **Luts, P.** 2015. Hotelli juht ja liidu esimees on valitsuse lühinägelikus otsuses pettunud. ERR Uudised. [<http://uudised.err.ee/v/majandus/4869febd-f67e-4cc9-8551-93f4ead85fe6>] 08.05.2015
23. Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. 2013. Eesti Riiklik Turismi arengukava 2014-2020.
[<https://www.riigiteataja.ee/akt/3191/1201/3015/lisa.pdf>]
24. **McLean, D., Hurd, A.** 2015. Kraus' Recreation and Leisure in Modern Society (10th edition). Massachusetts: Jones and Bartlett Publishers.

25. **Mitchell, M., Jolley, J.** 2010. Research Design Explained (7th edition). London: Waldsworth Publishing (Cengage Learning).
26. MTÜ Joogafestival veebileht. 2015. [<http://www.joogafestival.ee/>] 21.04.2015.
27. MyFitness'i veebileht. 2015. [<https://myfitness.ee/>] 21.04.2015.
28. **OECD.** 2014. OECD Factbook 2014: Economic, Environmental and Social Statistics. OECD Publishing. [<http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/3013081e.pdf?expires=1418578403&id=id&accname=guest&checksum=A059DEF6BF65A4E3784385427D257683>]
29. **Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C., Peters, M.** 2011. Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. – Tourism Review, vol. 66, no. 3. pp. 32, 36-38, 40-41, 47.
[<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/16605371111175311>]
30. **Plummer, R.** 2009. Outdoor Recreation: An Introduction. New York: Routledge.
31. Romantilise Rannatee Facebook'i leht. 2015. [<https://www.facebook.com/rannatee>] 03.04.2015.
32. Seikle Vabaks veebileht. 2015. [<http://www.seiklewabaks.ee/est>] 21.04.2015.
33. Surju Vallavalitsuse veebileht. 2015. Surju Sõnumid. [http://www.surju.ee/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=13&Itemid=62] 21.04.2015.
34. Tartu Ülikooli Pärnu kolledži veebileht. 2015. [<http://www.pc.ut.ee/et/>] 21.04.2015.
35. **Thyne, M., Laws, E.** 2010. Hospitality, Tourism and Lifestyle Concepts: Implications for Quality Management and Customer Satisfaction. New York: The Haworth Hospitality Press.
36. **Toode, B.** 2014. Joogaturismi võimaluste arendamine Eesti siseturismis. TÜ Pärnu kolledži turismiosakond. [http://dspace.utlib.ee/dspace/bitstream/handle/10062/43933/toode_birgit.pdf?sequence=1]
37. **Torkildsen, G.** 2005. Leisure and Recreation Management (5th edition). London, New York: Routledge.
38. **Torkildsen, G.** 1999. Leisure and Recreation Management (4th edition). London, New York: Routledge.

39. **Tripathi, S. N., Siddiqui, M. H.** 2010. An empirical study of tourist preferences using conjoint analysis – Journal of Business Science and Applied Management, vol. 5, no. 2, pp. 4-5. [http://www.business-and-management.org/download.php?file=2010/5_2--1-16-Tripathi,Siddiqui.pdf]
40. Turu-uuringute AS. 2013. Suviste sisereiside uuring 2013. [https://d3otexg1kysjv4.cloudfront.net/docs/1118944_suvised-sisereisid-2013.pdf]
41. **UNWTO.** 2014. UNWTO Highlights. Madrid: UNWTO. [<http://www.e-unwto.org/content/r13521/fulltext.pdf>]
42. **UNWTO.** 2011. Tourism Towards 2030. Global Review. Madrid: UNWTO. [http://media.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_2030_ga_2011_korea.pdf]
10.10.2011.
43. **Vail, D.** 2010. Amenity Investments and Tourist Destination Development. Maine Center for Economic Policy. [<http://www.mecp.org/wp-content/uploads/2014/09/Recreation-Amenity-Investments-8-12-2010.pdf>]
12.08.2010.
44. Vibuklubi Pärnu Meelis veebileht. 2015. [<http://web.zone.ee/parnumeelis/>]
21.04.2015.
45. **Wong, M., Cheung, R., Wan, C.** 2013. A Study on Travel Expectation, Motivation and Attitude – Contemporary Management Research, vol. 9, no. 2, p. 171. [www.cmr-journal.org/article/download/11023/pdf] June 2013.

Lisa 1. Kõveri Puhkekeskus OÜ SWOT-analüüs (autori koostatud)

| Tugevused | Nõrkused |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Omakapitali olemasolu; • Looduslike ressursside olemasolu (maa ja mets); • Puhkekeskuse perenaise projektikirjutamise alased teadmised ja oskused. | <ul style="list-style-type: none"> • Omaniku ja puhkekeskuse perenaise turismialaste teadmiste puudumine; • Ettevõtte väike personal; • Potentsiaalse turu vähene tundmine; • Puudulik arendustegevus teenuste osas; • Sihtrühmade määratlematus. |
| Võimalused | Ohud |
| <ul style="list-style-type: none"> • Rekreatiivsete teenuste arendamist soosiv tegutsemiskeskond; • Pärnu maakonna ja/või Surju valla areng turismi sihtkohana; • Turismiettevõtete ja erialaliitude huvi koostöö tegemise osas; • Turismiharidust pakkuvate kõrgkoolide ja kutseõppeasutuste huvi koostöö tegemise osas. | <ul style="list-style-type: none"> • Muudatused turismiettevõtete puudutavates maksudes; • Looduskeskkonnast tulenevad piirangud; • Konkurentide efektiivsem arendustegevus teenuste osas; • Piiratud kvalifitseeritud tööjõu olemasolu piirkonnas; • Muutlikud ilmastikuolud; • Teeolude kehvenemine. |

Lisa 2. Aktiivsete tegevuste teemaline küsimustik (autori koostatud)

Külastajate eelistused aktiivsete tegevuste suhtes

Lugupeetud vastaja!

Kui harrastate või otsite aktiivset puhkust Eestis, on see küsitlus just Teile. Uuringu eesmärgiks on välja selgitada külastajate eelistused aktiivsete tegevuste suhtes, et soodustada Teile sobivamate teenuste arendamist. Küsimustik on anonüümne ning selle täitmine võtab aega maksimaalselt 10 minutit. Vastamisel lähtuge juhendist ning mõnede valikute juures on täpsustamise võimalus. Saadud andmeid kasutatakse vaid uuringu eesmärkidest lähtuvalt ning saadud tulemused edastatakse Kõveri Puhkekeskusele parendusettepanekutena. Küsitlus on avatud 29. märtsini 2015.

Vastates ankeedi kõigile küsimustele ning lisades ankeedi lõppu oma e-posti aadressi, saate Kõveri Puhkekeskuses majutusteenuselt 10% allahindlust. Broneerimisel kasutage märksõna „uuring“ ning sedasama meiliaadressi, mille ankeedi lõppu lisate. Soodustus kehtib 2015. aasta lõpuni. Rohkem infot ettevõttest leiate veebilehelt <http://www.koveri.ee>.

Küsimuste korral palun pöörduda küsimustiku koostaja poole:

Kerli Peterson

kerlipet@ut.ee

Tänan osalemast!

Lisa 2 järg

1. Milliseid aktiivseid tegevusi eelistate teha värskes õhus? (Valida võib mitu vastusevarianti)

- ☐ Jalutamine/ kepikõnd (*Nordic walking*)
- ☐ Jooksmine
- ☐ Jalgrattaga sõitmine
- ☐ Erinevad pallimängud (nt. jalgpall, korvpall, võrkpall)
- ☐ Vibulaskmine
- ☐ *Paintball*
- ☐ Matkamine, orienteerumine
- ☐ Treeninglaagrid (nt. jooga, pallimängud, suusatamine)
- ☐ Mõnda muud

Palun täpsustage:

2. Kui sageli harrastate aktiivseid tegevusi välitingimustes?

- ☐ Igapäevaselt
- ☐ Mõned korrad nädalas
- ☐ Kord nädalas
- ☐ Mõned korrad kuus
- ☐ Kord kuus
- ☐ Mõned korrad aastas
- ☐ Kord aastas või harvem
- ☐ Muu

Palun täpsustage:

3. Kui pikka puhkusereisi eelistate?

- ☐ Ühepäevane
- ☐ 2-3-päevane
- ☐ 4-7-päevane
- ☐ 8-14-päevane
- ☐ Üle 2 nädala

Lisa 2 järg

4. Kas osaleksite treeninglaagris?

- ☐ Jah, osaleksin töönädala sees, 2-3 päeva.
- ☐ Jah, osaleksin töönädala sees, 4-5 päeva.
- ☐ Jah, osaleksin nädalalõpul, 2-3 päeva.
- ☐ Jah, osaleksin ka 5-7-päevases laagris.
- ☐ Jah, osaleksin toimumisajast sõltumata.
- ☐ Ei osaleks.

Kui vastasite jah, siis palun nimetage, millistes:

.....

5. Palun järjestage Teie aktiivse puhkuse valikut mõjutavad tegurid olulisuse alusel, alustades olulisemast.

(1 = mõjutab kõige enam ... 6 = mõjutab kõige vähem)

- ☐ Kestvus
- ☐ Hind
- ☐ Võimaluste mitmekesisus
- ☐ Asukoht (sh. ligipääsetavus)
- ☐ Emotsioon
- ☐ Tervislik seisund

6. Kui vajalikeks peate järgmiste atraktsioonide/võimaluste olemasolu puhkekeskuses?

| Atraktsioon/võimalus | Väga vajalik | Pigem vajalik | Neutraalne | Pigem ebavajalik | Ebavajalik |
|-----------------------------|--------------|---------------|------------|------------------|------------|
| Saun | | | | | |
| Väligrill | | | | | |
| Veekogu olemasolu/lähedus | | | | | |
| Sportivahendite laenutus | | | | | |
| Välijõusaal | | | | | |
| Matkaraja olemasolu/lähedus | | | | | |
| Laste õpperada | | | | | |
| Kiik (ühele) | | | | | |
| Liumägi | | | | | |

Lisa 2 järg

| Atraktsioon/võimalus | Väga vajalik | Pigem vajalik | Neutraalne | Pigem ebavajalik | Ebavajalik |
|--|--------------|---------------|------------|------------------|------------|
| Lemmikloomad lubatud | | | | | |
| Ligipääs liikumispuuetega inimestele | | | | | |
| Muu: (palun täpsustage küsimuses nr. 12) | | | | | |

7. Kui palju olete valmis maksma Eestimaal aktiivse puhkusereisi ajal ühe inimese kohta päevas?

| Teenus | Summa (€) |
|-----------------|-----------|
| Majutus | |
| Toitlustus | |
| Aktiivne puhkus | |
| Muud teenused | |

8. Kust otsite infot aktiivse puhkuse veetmise võimaluste kohta Eestis? (Palun valige kuni 5 olulisemat)

- ☐ Sõprade-tuttavate soovitusel
 - ☐ Trükimeedia (ajalehed, ajakirjad)
 - ☐ Televisioon, raadio
 - ☐ Turismiportaalid (www.puhkaeestis.ee, www.maaturism.ee, www.turismiweb.ee, jmt.)
 - ☐ Majutusettevõtete veebilehed
 - ☐ Sotsiaalmeedia (Facebook, Twitter, Pinterest, jmt.)
 - ☐ Turismiinfokeskused
 - ☐ Reisikorraldajad, reisibürood (sh. nende veebilehed)
 - ☐ Kampaaniapakumised (nt. kaubanduskeskustes, veebikeskkonnas, jne.)
 - ☐ Messid
 - ☐ Mujalt:
- Palun täpsustage:

9. Teie sugu

- ☐ Mees
- ☐ Naine

Lisa 2 järg

10. Teie vanus

- ☐ 15-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-55
- ☐ 56-65
- ☐ 66+

11. Teie elukohariik

- ☐ Eesti
- ☐ Muu

Palun nimetage:

12. Kommentaarid, ettepanekud, eelnevad kogemused

.....
.....

13. Teie e-post (vabatahtlik; Kõveri Puhkekeskuses 10% allahindluse saamiseks)

.....

Kõveri Puhkekeskuses majutusteenuse 10% allahindluse saamiseks palume Teil sisestada oma meiliaadress. Broneerimisel kasutage märksõna „uuring“ ning sedasama e-post aadressi, mille ankeedis märkisite. Soodustus kehtib 2015. aasta lõpuni. Rohkem infot ettevõttest leiate veebilehelt <http://www.koveri.ee>.

Suur tänu vastamast!

Lisa 3. Kõveri Puhkekeskuse tegevuskava perioodiks 01.06.2015–01.06.2016

(autori koostatud)

| Arendustegevus | Tähtaeg (/periood) | Teostaja(d) | Vastutaja(d) | Ressursid | Tulemuste mõõtmise indikaatorid |
|---|--------------------------------|--|--|--|---|
| Puidust viitade teksti üle värvimine (selgemalt loetavamaks) | 15.06.2015 (01.-14.06.2015) | Malle Ellam | Malle Ellam | Kulutused värvile (omafinants eering) | Selgelt loetavad viidad |
| Paketi „Avastuste nädalalõpp“ katsetamine. Pakett sisaldab majutust kahel ööl, tegevuste ja toitlustusega laupäeva ning lisatoidukordi ettetellimisel | 21.-23.08.2015 | Malle Ellam, Hea Maitse Meeskond, MyFitness, Seikle Vabaks | Malle Ellam, Hea Maitse Meeskond, MyFitness, Seikle Vabaks | Planeerimisele kuluv aeg, ruumid, loodusressursid, elektri- ja veekulu (omafinants eering, piletitulu) | Plaanipäraselt toimunud üritus, külastajatelt ja koostööpartn eritelt saadud tagasiside |
| Kõrghooajal klientidelt tagasiside kogumine ja kliendibaasi suurendamine | 01.09.2015 (01.06.-31.08.2015) | Malle Ellam | Malle Ellam | Kulutused tagasiside ankeetide printimisele (omafinants eering) | Tagasiside olemasolu ning uute kliendibaasi kontaktide arv |
| Tagasiside analüüsimine ja kokkuvõtte tegemine; sihtrühmade määramine | 08.09.2015 (01.-07.08.2015) | Malle Ellam, Teet Kukk | Malle Ellam | Aeg | Tagasiside analüüsi kokkuvõttele põhinevad eesmärgid (nt. 2 aastaks) |
| Kruusatee täitematerjali vajaduse kaardistamine ja info edastamine Surju Vallavalitsusele | 10.09.2015 (01.08.-09.09.2015) | Malle Ellam, Surju Valla-valitsus | Malle Ellam | Aeg, kulutused printimisele (omafinants eering) | Surju valla 2016. aasta eelarve, Surju valla remondiobjektide nimekiri 2016 |
| Järgmise kõrghooaja personali vajaduse analüüs: arv, kriteeriumid ja töökohustused | 15.09.2015 (15.08.-14.09.2015) | Malle Ellam | Malle Ellam | Aeg | Kokkuvõte 2016a. suvehooaja personali-poliitilistest eesmärkidest |

Lisa 3 järg

| Arendustegevus | Tähtaeg (/periood) | Teostaja(d) | Vastutaja(d) | Ressursid | Tulemuste mõõtmise indikaatorid |
|--|------------------------------------|-----------------------------------|--|--|---|
| Kokkulepete sõlmimine praktikantidega (TÜ Pärnu kolledžist ja/või Kuressaare Ametikoolist) suvehooajaks 2016 | 01.12.2015 (15.09.-30.11.2015) | Malle Ellam | Malle Ellam | Aeg, igakuine andmeside kompensatsioon (omafinantsering) | Kolmepoolselt allkirjastatud praktikalepingud kahe praktikandiga |
| Reisipakettide välja töötamine (aines Reisikorraldus), turismitudengite informeerimine | 10.12.2015 (15.09.-09.12.2015) | TÜ Pärnu kolledži turismitudengid | TÜ Pärnu kolledži turismitudengid, Malle Ellam | Aeg ettevõtte tutvustamiseks ja tudengite informeerimiseks | Reisipakettide ideestiku detailsed kirjeldused hinnakalkulatsioonidega |
| Reisipaketi ideede analüüsimine ja tudengitele tagasiside andmine | 20.12.2015 (10.-19.12.2015) | Malle Ellam, Teet Kukk | Malle Ellam | Aeg | Reisipakettide analüüsi kokkuvõte |
| Kahe reisipaketi välja töötamine (tudengite tööde sisule tuginedes), hinnapakkumiste tegemine | 01.02.2016 (21.12.2015-31.01.2016) | Malle Ellam, Teet Kukk | Malle Ellam | Aeg | Kahe reisipaketi detailsed kirjeldused algsete hinnakalkulatsioonidega |
| Kokkulepete sõlmimine uute teenusepakkujatega (reisipakettide elluviimiseks) | 01.04.2016 (02.02.-31.03.2015) | Malle Ellam | Malle Ellam | Aeg, igakuine andmeside kompensatsioon (omafinantsering) | Kirjalikud kokkulepped (aeg, hinnakiri, tingimused, vastutusalad) teenusepakkujatega, lõplikud hinnakalkulatsioonid |
| Puhkekeskuse õueala kevadkorraatus | 01.05.2016 (01.03.-30.04.2016) | Perekond Ellam | Malle Ellam | Aeg | Korras õueala |

Lisa 3 järg

| Arendustegevus | Tähtaeg (/periood) | Teostaja(d) | Vastutaja(d) | Ressursid | Tulemuste mõõtmise indikaatorid |
|---|--|--|----------------------------------|--|--|
| Kevadise spordipäeva tegevustele eelregistreerimine | 13.05.2016 (25.04.-13.05.2016) | Malle Ellam | Malle Ellam | Aeg, igakuine andmeside kompensatsioon (omafinants eering) | Nimekiri tegevustele eelregistreerunutest ning tegevuste täpne ajakava |
| Kevadise spordipäeva turundamine ettevõtte veebilehel, sotsiaalmeedias ning kohalikus lehes Surju Sõnumid | 14.05.2016 (25.04.-13.05.2016) | Malle Ellam, Teet Kukk, Surju Sõnumite toimetaja | Malle Ellam | Aeg, igakuine andmeside kompensatsioon (omafinants eering) | Teadaanne ettevõtte veebilehel, Facebook'i postituse ulatus, teadaanne Surju Sõnumite maikuisest numbris |
| Kevadine spordipäeva läbiviimine, suulise ja/või kirjaliku tagasiside kogumine | 14.-15.05.2016 | Kõveri Puhkekeskus, Hea Maitse Meeskond | Malle Ellam, Hea Maitse Meeskond | Ruumid, loodusressursid, elektri- ja veekulu, aeg (ettevõtte ressursid ja omafinants eering) | Osalenute arv, külastajate ja koostööpartnere tagasisidele põhinevad tähelepanekud järgmisteks kordadeks |
| 2016a. suvehooaja perenaise abiline alustab tööd (hooajaline) | 01.06.2015 | Perenaise abiline | Malle Ellam | Aeg, kulud lepingute printimine (omafinants eering) | Hooajalise töölepingu mõlemapoolne allkirjastamine |
| Info uuendamine ettevõtte veebi- ja Facebook'i lehel, Puhka Eestis ja Booking veebilehel; Info lisamine Maaturismi portaali | Aastaringne tegevus, jätkub ka peale antud ühe-aastase tegevuskava lõppemist | Malle Ellam, veebilehe haldaja, Teet Kukk | Malle Ellam | Aeg, igakuine andmeside kompensatsioon (omafinants eering) | Uuendatud info kõigil esindatud veebilehel, ettevõtte esindatus Maaturismi portaalis |

Lisa 4. Kõveri Puhkekeskuse potentsiaalsed koostööpartnerid
(autori koostatud)

| Ettevõtte/ettevõtja või organisatsioon; Veebileht ja kontaktid | Teenus või tegevused, mille osas võiks koostööd teha |
|--|---|
| TÜ Pärnu kolledž http://www.pc.ut.ee ; Turismi õppekava programmijuht Tiina Viin, tiina.viin@ut.ee ; +372 44 50534 | Turismialane koolitus, praktikate sooritamine Kõveri Puhkekeskuses (hooajaline personal) |
| Kuressaare Ametikool http://www.ametikool.ee ; Arendusdirektor Sirje Ellermaa, sirje.ellerm@ametikool.ee ; +372 45 24699 | Turismialane koolitus koostöös Rekreatsioonikorralduse (animatööri) erialaga, praktikate sooritamine Kõveri Puhkekeskuses (hooajaline personal) |
| Seikle Vabaks http://www.seiklevabaks.ee ; Matkajuht Argo Linnamäe, info@seiklevabaks.ee ; +372 56500550 | Ettevõtte kui järgmiste teenuste pakkuja: vibumatk, jalgsimatkad, linnuvaatlus, suvepäevad, kiiking, GPS mängud, kajakimatkad |
| Vibuklubi Pärnu Meelis (Eesti Vibuliit) http://web.zone.ee/parnumeelis/ ; Treenerid Leili Kukk ja Eimar Kukk, sl@lv.parnu.ee ; +372 5274096 | Kõveri kui vibulaskmise laagrite korralduspaik, Pärnu vibuklubi kui praktikantide, animatööride ja/või puhkekeskuse personali koolitaja |
| MyFitness (Pärnu) http://www.myfitness.ee ; parnu@myfitness.ee ; +372 44 23000 | Ettevõtte kui teenusepakkuja järgmiste rühmatreeningute puhul: BodyBalance, Yoga/Ashtanga Yoga, Pilates, Shindo; praktikantide ja/või animatööride koolitaja |
| MTÜ Joogafestival http://www.joogafestival.ee ; Programmiuht, PR, turundusjuht Merit Raju, merit@joogafestival.ee ; +372 56356329 | Joogalaagrite korraldamine ja teenuse osutamine, joogalaagrite ühisturundus; praktikantide ja/või animatööride koolitaja |

SUMMARY

DEVELOPMENT OF RECREATIONAL TOURISM SERVICES IN RURAL ENTERPRISES USING THE EXAMPLE OF KÕVERI HOLIDAY CENTER

Kerli Peterson

Development of tourism services in the constantly changing tourism sector is important for each entrepreneur in order to keep up with the competition, but it also benefits the visitors, providing them with a wider choice and better quality. According to the United Nations World Tourism Organization' data from 2013 (UNWTO: 2014: 7-8, 14), the number of inbound tourists rising by 7% in Central and Eastern Europe and increased by 4.5% in Estonia – and is predicted to continue increasing in Estonia by 4.4% annually. Considering the above diversification of tourism services and products becomes topical again. Respectively, Estonian National Tourism Plan 2014-2020 dictates consultations on service design with entrepreneurs in the tourism sector. One goal mentioned in this document was the development of regional tourism products, in order to motivate more inbound and outbound tourists to stay overnight and thereby increase tourism income. (Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium 2013: 21, 26-27)

According to UNWTO's prognosis for 2010-2030 (UNWTO 2011:12), leisure, recreation and holiday sector is forecasted to double within 20 years. Research among European Union's member and candidate countries in 2012 (Ardito *et al.* 2012: 6) showed a trend of sedentary work and the urge to seek for experiences – both of which favour active holidays embodied by recreational services. The study also showed that 23% of workers admitted a low level of well-being and 6% of them admitted suffering from stress (*Ibid.*: 6). Outdoor recreation in the USA is proving itself to be a rising and

stable sector in tourism (American Society of... 2012: 2-4, 7, 10), earning a total profit of 646 billion USD annually (including spending on equipment and travelling), surpassing the costs of cars, their parts and fuel. Outdoor recreation was also a stable sector throughout the recession, increasing about 5% annually during 2005-2011.

The present thesis is about development of recreational tourism services in rural enterprises using the example of Kõveri Holiday Center (in Pärnu County). The main challenge for Kõveri Holiday Center derives from unplanned service development, as a result of a lack of knowledge in the field of tourism and about potential markets. The aim of the thesis was to make suggestions for developing recreational services in the company, based on the theory and the results of performed survey. The aim of the thesis was fulfilled and the tasks set were also completed. The tasks were the following:

- to give a review of different theoretical approaches to recreation;
- to explain the peculiarities of service design in a rural tourism enterprise;
- to prepare and conduct research (by survey method) for establishing the preferences and factors influencing (potential) visitors when making decisions for the purchase of recreational services;
- to analyse the results of the survey;
- to make suggestions for the development of recreational services in Kõveri Holiday Center, based on the theory and the results of the survey performed.

The current thesis contains three chapters, of which the second and the third chapter have two subchapters each. Chapter One focuses on the theoretical part: the concept of recreation and service development. Chapter Two represents the empirical part: the SWOT-analysis of Kõveri Holiday Center, the process and the results of the survey. Chapter Three contains the conclusion of the survey and author's suggestions for Kõveri Holiday Center for developing their recreational services. This thesis has four appendices: the first is the questionnaire of the research, the second is the SWOT-analysis of the company, the third is the one-year action plan for the company and the fourth is a list of potential partners.

The works of George Torkildsen, Richard Kraus and Simon Bell are mainly used explaining the theories and classifications of recreation. In addition, the standpoints of the following authors are reflected: Jensen, Butler, Neumeyer and Neumeyer,

Hutchinson, Meyer and Brightbill, Gray and Pelegrino. Books, scientific articles, results of previous research papers, development plans, annual reports and websites of companies and organisations were used in the process of writing this thesis. The author of this thesis relied significantly on the questionnaire of Rural Tourism Research 2012 (“Maaturismi uuring 2012”) when compiling her own questionnaire.

The majority of theorists interpret recreation as a free of charge, voluntary and pleasant activity. Some associates it with social aspects such as instant satisfaction, socializing and positive self-image. Others see it as self-realization and a goal-orientated action. The present thesis focused on active outdoor recreation, regarding it as an activity.

When developing recreational services outdoors, tourism companies depend on various factors such as climate, weather, natural environment, legislation and the attitude of locals. Entrepreneurs in rural areas should analyse the capability of their company and its natural environment and set principles respectively with regard to affecting the natural surrounding (including an optimal number of guests) and hold on to them. Companies are advised to maintain the features of their natural surroundings and avoid artificial imitations when designing services.

The study showed that activities providing dynamic movement are preferred and they are mainly practised to achieve and/or keep one’s fitness and spend time with friends and/or pets and animals. Most of the respondents would choose a holiday with a duration of 4-7 days and a training camp lasting for 2-3 days. Weekends and school holidays (in the case of families with children) are most suitable times for training camps. The age groups 15-25 and 36-45 are those most interested in training camps.

Factors affecting the purchase decision are price, location (with access to the place) and the variety of on-site opportunities. The respondents are sensitive towards the price (especially families with children), but are more willing to pay when staying longer. People are willing to pay more for accommodation (20-32€) and active holiday services (20-27€), which makes catering a secondary factor (15-20€). The demand for daily programmed tourism products – this was revealed in the comment section in the survey – shows the necessity of packaging the tourism services.

Sauna, barbecue equipment and a water body are considered as the most important facilities, while some people are interested in walking paths and sports gear rental. The five most frequently used information sources are: recommendations of friends and/or acquaintances, tourism portals, social media, campaign offers and websites of accommodation enterprises. A comparison of age groups showed that 26-45-year-olds use the recommendations of friends and/or acquaintances the most and 26-35-year-olds search for campaign offers. Age groups 15-25 and 36-45 more actively use social media and accommodation companies' websites. Respondents aged 36-45 use tourism portals the least frequently and over 46-year-olds are the least interested in accommodation companies' websites. Besides regularly administrating their website and social media channels, tourism entrepreneurs should invest in offering a high-quality service – its impact would be revealed in the so-called mouth-to-mouth advertising.

In the future, a survey on the topic of service development should be conducted more extensively, so that more men, over 46-year-olds and/or residents of foreign countries could be represented (according to the content of the survey). The content should reveal which offers are most frequently used and which health conditions may be preventing the consumption of recreational services. In the future, research on this topic should be performed at 5-7-year intervals. Another approach could be analysing the opportunities for marketing recreational services and offer suggestions on the matter.

The author of the present paper recommends that tourism entrepreneurs in rural areas invest in attracting long-stay visitors in order to use their resources optimally. Smaller enterprises in rural areas in Estonia (including Kõveri Holiday Center) are advised to develop and/or continue collaboration with educational institutions offering tourism education to compensate for the lack of knowledge in the tourism field and satisfy the seasonal demand for personnel. Collaboration with specific service providers with professional knowledge and experience is necessary to increase the quality of services offered. In addition to the results of the study described in this thesis, the area of operation, previously set business goals and the company's resources (including personnel) should be kept in mind when planning the development of tourism services.

The author made a one-year action plan that will help the entrepreneur to schedule their time and keep track of the tasks that need to be undertaken. The one-year action plan for

Kõveri Holiday Center envisages collecting visitors' feedback and increasing customer base during the 2015 summer season. The feedback will be mostly collected from concert visitors. The aim of the feedback is to evaluate the company's and its partners' skills, capability and potential to organise one-day programmes and 2-3-day packages and to identify possible weak points. It is recommended to undertake an assessment of personnel requirements at the end of each season which should include the tasks of future staff and their selection criteria. An update of information about activities and prices should be made at the beginning of the 2015 season on these websites appeared: home page, Facebook page, Visit Estonia and Booking. The author included some aspects of marketing in the one-year action plan described above, since marketing follows the stage of service development. Regular administration of the company's website and social media channels is a permanent task that will continue after the mentioned one-year action plan.

The author of the current paper suggests Kõveri Holiday Center test a weekend programme which could be extended to a package in August 2015. The programme/package would be called "Weekend of discoveries" ("Avastuste nädalalõpp") and it is targeted at groups of friends and families with kids over 15 years old. A one-day programme on Saturdays would contain activities and catering and the weekend package would include an additional two nights of accommodation and pre-ordered extra meals if requested. Saturday's programme should offer the following activities: yoga, *shindo*, orienteering and a basketball tournament. Visitors' feedback will be collected throughout the test period of the package described. Collaborating with the University of Tartu Pärnu College to develop new ideas for tourism packages would benefit both parties. The ideas presented to the company should be designed into realizable products by summer 2016. A Spring Sports Day including cycling and competitions in orienteering, archery and basketball could be the opening event for the summer season 2016. The activities described were chosen based on the results of the survey conducted and considering the facilities and implementable resources of the company and its current and potential partners.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Kerli Peterson,
(*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
“Rekreatiivsete teenuste arendamine maaturismiettevõttes
Kõveri Puhkekeskus OÜ näitel“,
(*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja on Liis Juust,
(*juhendaja nimi*)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
 3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **20.05.2015.**